



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

GRADUADO/A EN TURISMO

TRABAJO FIN DE GRADO

***Reputación on-line de la oferta hotelera en las estaciones
de esquí de España***

Realizado por:

María García Gallardo

Fdo.:

Dirigido por:

José Luis Caro Herrero

Vº Bueno del tutor

Fdo.:

MÁLAGA, JUNIO 2016

TÍTULO: Reputación online de la oferta hotelera de las estaciones de esquí en España

PALABRAS CLAVE: *turismo; reputación; online; eWOM; esquí; estaciones; oferta hotelera; alojamiento*

RESUMEN:

Este trabajo se ha basado en el estudio de las estaciones de esquí españolas y la oferta hotelera que ofrecen en su interior. De esta forma se han descrito las estaciones existentes actualmente en España y los recursos que poseen. La reputación online de su oferta hotelera se ha medido utilizando la Metodología Caro 2016, mediante las siguientes herramientas: TripAdvisor, Booking.com, Google Plus y Facebook; y sus variables.

A la vez, se ha descrito el término de reputación online y el término de turismo de esquí y nieve.

Finalmente se han podido obtener diversas conclusiones acerca de qué estaciones cuentan con el mayor número de alojamientos turísticos en su interior y cuáles de estos alojamientos se encuentran en las primeras posiciones en las páginas web utilizadas como herramientas, puntuadas por los usuarios.

INDICE

Capítulo 1	Introducción.....	1
Capítulo 2	turismo de esquí.....	3
2.1.	Estaciones.....	4
2.2.	Cifras.....	7
2.3.	Oferta	9
2.3.1.	Oferta hotelera en las estaciones de esquí.....	23
2.3.2.	Diferencias entre ATUDEM y el estudio realizado	32
Capítulo 3	Reputación on-line	33
3.1.	Definición e importancia en el turismo.....	33
3.2.	Herramientas.....	36
3.3.	Herramientas utilizadas	40
Capítulo 4	Análisis de la reputación online de la oferta de alojamiento.....	43
4.1.	Muestra	43
4.1.1.	Problemas en la realización de la muestra	45
4.2.	Resultados de la muestra.....	46
4.2.1.	Datos de las estaciones.....	46
4.2.2.	Resumen general de la muestra	60
4.3.	Valoración personal.....	62
Capítulo 5	Conclusión	63
Capítulo 6	Bibliografía	65

CAPÍTULO 1 INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es realizar un estudio de la reputación online de la oferta hotelera existente en las estaciones de esquí, concretamente alpino, de España.

La decisión de escoger este trabajo ha sido sencillamente realizar un estudio mayor sobre el turismo de esquí, las estaciones de esquí españolas y su oferta hotelera. Saber qué reputación tiene cada uno de los alojamientos turísticos que se encuentran en el interior de las estaciones, la puntuación que le dan sus visitantes y hacer una comparación.

El esquí es un deporte bastante practicado en Europa, y España está alcanzando en términos de calidad a los países donde debido a su climatología este deporte está más arraigado. Por ello he querido realizar este estudio acerca de la oferta hotelera que existe en nuestras estaciones y así profundizar un poco más en el turismo de esquí y en las estaciones españolas, analizándolas y buscando sus recursos principales y cómo atraen a los visitantes.

El trabajo ha sido dividido principalmente en tres grandes bloques y éstos a su vez subdivididos. La estructura del trabajo ha sido la siguiente:

- Turismo de esquí.

Este será el segundo capítulo de este trabajo y es en el capítulo donde se habla acerca de la definición de turismo de esquí y turismo de nieve. El objetivo es definir de forma más clara este tipo de turismo y a su vez hablar de:

- Estaciones
Hablar acerca de las estaciones, identificar las estaciones españolas, tanto de esquí alpino, nórdico e indoor, y poder situarlas en un mapa.
- Cifras
En este caso el objetivo es mostrar, en términos de cifras, la situación de España respecto a Europa, y la situación actual respecto a número de visitantes de las estaciones españolas.
- Oferta
En este apartado se pretende comentar tanto la oferta hotelera, como la oferta complementaria de las estaciones de esquí. En este caso nos centraremos en las estaciones de esquí alpino, que son la mayor parte de ellas y más conocidas.

- Reputación online

En este apartado el objetivo es definir el concepto de reputación online y observar la importancia que tiene actualmente este concepto en el sector del turismo en general.

A su vez también se deben numerar herramientas actuales de medición de la reputación online y describir las herramientas que se van a utilizar en este estudio, que en este caso son: TripAdvisor, Booking.com, Google Plus y Facebook. De esta forma, este apartado quedaría subdividido en:

- Definición e importancia de la reputación online
- Herramientas
- Herramientas utilizadas

- Análisis de la reputación online de la oferta de alojamiento

En este caso, este es el apartado más importante, desde mi punto de vista, de este trabajo. En este apartado es donde se recogerán los resultados finales. El objetivo es realizar una muestra de la oferta hotelera de las estaciones, su presencia en las herramientas que vamos a utilizar para medir la reputación, puntuaciones, y demás variables. De esta forma, también se puede realizar una valoración comentando qué podría mejorarse de las estaciones y de la muestra. Quedaría subdividido de la siguiente forma:

- Muestra
En este sub-apartado se comenta la información obtenida de la muestra.
- Resultados de la muestra
Obtenemos los resultados de la muestra y se comentan, realizando así comparaciones entre estaciones.
- Valoración personal
Realizar una valoración personal acerca de qué cambiaría de las estaciones y cómo se podría mejorar la reputación online de ellas.

CAPÍTULO 2 TURISMO DE ESQUÍ

“Podemos considerar el *turismo de nieve* como el viaje que se realiza a las estaciones de esquí con el fin de desarrollar actividades físico-deportivas que han sido clasificadas dentro de las normativas legales de las Comunidades Autónomas como *turismo activo*” (Jiménez Martín, 2011)

El turismo de esquí podríamos englobarlo en la definición tanto de turismo deportivo como el turismo de nieve. El turismo de nieve se centra principalmente en la práctica de esquí, la práctica de este deporte así como otros es la principal motivación de los turistas.

A su vez, la ATTA (Adventure Travel Trade Association) ha clasificado el esquí y el snowboard como actividades de turismo de aventura, clasificándolas en el grupo de suaves.

El turismo de deporte es definido por Standeven y De Knop (1999) como “toda forma de participación activa y pasiva en una actividad deportiva, integradas en razones, comerciales o no comerciales, casuales u organizadas, que exigen desplazarse del hogar y localidad del trabajo”.

“El esquí, al igual que el snowboard, son pasatiempos populares en muchas partes del mundo. (...) El mercado del esquí es un ejemplo perfecto de “aventura por el día, lujo por la noche”, con grandes alojamientos y restaurantes con estrellas Michelin disponibles en numerosas estaciones de esquí. El esquí puede ser considerado una actividad madura, porque complejos enteros atienden a la práctica deportiva en todo el mundo, y está disponible para la mayoría de los viajeros de aventura.” (Global Report On Adventure Tourism, 2014)

El esquí en sí surgió para facilitar el desplazamiento por la nieve en los países o zonas donde ésta es abundante. Este método se desplazó a otras zonas en las que se podía encontrar nieve en sus cumbres y de ahí surgió el esquí como actividad deportiva.

El turismo de nieve ha sido una actividad que desde un principio ha estado relacionada con un alto poder adquisitivo, aunque poco a poco podríamos decir que se ha convertido en un turismo destinado a la clase media-alta; gracias a que se elevan los niveles de renta de la clase media, surgen las vacaciones anuales, mejores accesos, el invento del automóvil, nuevas tecnologías, etc.

Las zonas de montaña de la Península están viviendo cada vez más crecimiento, tanto en la época invernal como estival. Además, gracias a las peculiaridades de nuestro territorio podemos llegar a ofrecer mayor calidad que otros países europeos, aunque estos posean un mayor número de estaciones.

El esquí beneficia a las zonas en las que se encuentran las estaciones, ya que este deporte hace que las zonas montañosas tengan como base principal

el turismo, desarrollando actividades complementarias para beneficiarse del turismo durante todo el año.

2.1. ESTACIONES

En España existe un gran número de estaciones de esquí, pero no siempre ha sido así. En un principio, en los años 50, sólo existían tres estaciones de invierno: La Molina, Navacerrada y Candanchú. Fue en los años 70 cuando se consolidaron las 28 estaciones de esquí que existen en la actualidad.

Así mismo, se puede decir que fue en los años 70 cuando el turismo de esquí tuvo un mayor desarrollo en nuestro país.

Las Estaciones de esquí tienen otros polos turísticos aparte del propio deporte como pueden ser los alojamientos y otras muchas actividades complementarias que hacen que la propia estación sea aprovechada tanto en épocas invernales, incluso cuando la nieve no es la adecuada para la práctica del esquí, como en épocas estivales. La construcción de alojamientos dentro de las estaciones hace que se incremente la utilización de éstas durante periodos no vacacionales y que aumente su número de visitantes.

Podemos distribuir las estaciones de la península por diferentes zonas, así, diferenciamos entre: Pirineo Catalán, Pirineo Aragonés, Cordillera Cantábrica, Sistema Ibérico, Sistema Central y Sistema Penibético.

Actualmente en España podemos encontrar las siguientes estaciones de esquí:

- Pirineo Catalán
 - Baqueira Beret (Lérida)
 - Boí Taüll (Lérida)
 - Espot Esquí (Lérida)
 - La Molina (Gerona)
 - Masella (Gerona)
 - Port Ainé (Lérida)
 - Tavascán (Lérida)
 - Vall de Nuria (Gerona)
 - Vallter 2000 (Gerona)

- Pirineo Aragonés
 - Astún (Huesca)
 - Candanchú (Huesca)
 - Cerler (Huesca)
 - Formigal y Panticosa (Huesca), se unieron en una sola estación el pasado año.

- Cordillera Cantábrica

- Alto Campoo (Cantabria)
- Fuentes de Invierno
- Leitariegos (León)
- Lunada (Burgos)
- Manzaneda (Orense)
- San Isidro (León)
- Valgrande-Pajares (Asturias)

- Sistema Ibérico
 - Javalambre (Teruel)
 - Valdelinares (Teruel)
 - Valdezcaray (La Rioja)

- Sistema central
 - La Pinilla (Segovia)
 - Puerto de Navacerrada (Comunidad de Madrid)
 - Sierra de Béjar
 - Valdesqui (Comunidad de Madrid)

- Sistema Penibético
 - Sierra Nevada

Las estaciones anteriormente nombradas son estaciones para la práctica de esquí alpino. A continuación nombraremos estaciones en las que se puede practicar el Esquí Nórdico, así como su número de pistas y número de kilómetros esquiabiles:

- Pirineo Aragonés
 - Candanchú (Huesca)
- 3 pistas; 15 km esquiabiles.
- Llanos del Hospital (Huesca)
- 3 pistas; 25 km esquiabiles.
- Pirineo Catalán
 - Lles (Lleida)
- 13 pistas; 36 km esquiabiles.
- Pirineo Navarro
 - Roncalia (Larra-Belagua)
- 16 pistas; 32,3 km esquiabiles.

- Sistema Penibético
 - Puerto de la Ragua (Granada)

3 pistas; 36,9 km esquiiables.

Incluso, en la Península tenemos una estación de esquí indoor, más pequeña que el resto y con menos servicios a su alcance, es Madrid Snowzone, ubicada en Madrid y que posee 2 pistas y 0,35 km, contando con 4 remontes.

En el siguiente mapa podemos observar dónde se encuentran cada una de las estaciones anteriormente nombradas, tanto las de esquí alpino como las de esquí nórdico, incluso la estación indoor, diferenciadas según a la zona a la que pertenecen.



Figura 1: Mapa de localización de las Estaciones de Esquí de España
(Fuente: ATUDEM)

ESQUÍ ALPINO	
Cordillera Cantábrica	01 Alto Campoo 02 Fuentes de Invierno 03 Leitariegos 04 Manzaneda 05 San Isidro 06 Valgrande Pajares
Pirineo Catalán	07 Baqueira 08 Boí Taüll Resort 09 Espot Esquí 10 La Molina 11 Masella 12 Port Ainé 13 Tavascan

	14 Vall de Nuria 15 Vallter 2000
Pirineo Aragonés	16 Astún 17 Candanchú 18 Cerler 19 Formigal 20 Panticosa
Sistema Central	21 La Pinilla 22 Puerto de Navacerrada 23 Sierra de Béjar 24 Valdesquí
Sistema Ibérico	25 Javalambre 26 Valdelinares 27 Valdezcaray
Sistema Penibético	28 Sierra Nevada

ESQUÍ NORDICO	
Pirineo Aragonés	29 Candanchú 30 Llanos del Hospital
Pirineo Catalán	31 Lles
Pirineo Navarro	32 Larra-Belagua (Roncalia)
Sistema Penibético	33 Puerto de la Ragua

ESQUÍ INDOOR	34 Madrid Snowzone
--------------	--------------------

Tabla 1: Distribución de las estaciones de esquí de España
Fuente: Elaboración propia

2.2. CIFRAS

En este apartado vamos a hablar tanto de cifras nacionales de las estaciones de esquí de España, como de cifras internacionales, hablando así de cómo de desarrollado se encuentra el turismo de esquí en nuestro país y en el resto de Europa.

Existen países en los que el turismo de esquí o turismo de nieve se encuentra más desarrollado que en España, mayormente en los países nórdicos y aquellos que tienen unas condiciones climatológicas y modos de vida totalmente diferentes a los de nuestro país.

Hablando de cifras generales en toda Europa la pasada temporada, 2014-2015, podemos hablar de unos 190.340 visitantes, esta cifra ha superado a la de la temporada 2013-2014, pero es inferior que la de 2012-2013. En el siguiente gráfico se puede ver la evolución de visitantes en toda Europa.



Gráfico 1: Evolución de visitantes en toda Europa.
Fuente: ATUDEM.

Los cuatro países que cuentan con las cifras más elevadas de visitantes a las estaciones de esquí en Europa son: Austria y Francia, que se encuentran muy igualadas, junto con Italia y Suiza. Respecto a nuestros países vecinos, Andorra y Eslovenia, España posee un mayor número de visitantes a sus estaciones, seguido de Andorra y por detrás Eslovenia.

Centrándonos en la península en la siguiente tabla se pueden observar las cifras de visitantes distribuidas por zonas y temporadas.

Cordilleras	2009-2010	2010-2011	2012-2013	2013-2014	2014-2015	% Var.
Cordillera Cantábrica	673.383,0 0	496.427,0 0	424.875,0 0	448.810,0 0	407.658,0 0	- 9,17%
Pirineo	3.724.945,00	3.533.066,00	3.043.071,00	3.137.786,00	3.029.605,00	- 3,45%
Sistema Ibérico	580.413,0 0	277.878,0 0	260.935,0 0	283.362,0 0	284.418,0 0	0,37%
Sistema Central	298.106,0 0	235.551,0 0	266.979,0 0	325.179,0 0	320.920,0 0	- 1,31%
Sistema Penibético	827.971,0 0	984.635,0 0	910.212,0 0	918.288,0 0	1.033.584,00	12,56 %
Total	6.104.818,00	5.527.557,00	4.905.472,00	5.113.425,00	5.076.185,00	- 0,73%

Tabla 2: Cifras de visitantes de las diferentes zonas de esquí
Fuente: ATUDEM

Tal y como vemos en la tabla, el turismo de esquí en España ha sufrido una caída de 0,73%. La temporada de 2009-2010 es la que cuenta con un mayor número de visitantes, en total, en las cuatro cordilleras españolas. Podemos ver como el turismo de esquí ha ido disminuyendo en su número de visitantes, en especial en la temporada 2011-2012.

Se puede decir con certitud que el Pirineo es la zona que más visitantes recibe respecto al resto de zonas españolas, seguida del Sistema Penibético. Esto se debe a que es en estas dos zonas donde se encuentran las estaciones con mayor número de pistas y kilómetros esquiabiles, a la vez que son las zonas con una mayor oferta de alojamiento en sus estaciones, motivo que hace que los visitantes se vean más atraídos a viajar a estos enclaves.

En el ámbito internacional, al contrario que en la península, vemos como el número de visitantes se ha mantenido e incluso ha ascendido en las últimas temporadas, exceptuando la temporada 2014-2015, que ha sido la que menor número de visitantes obtuvo en estos últimos 7 años.

En el ámbito internacional, Francia encabeza la lista, en cuanto a visitantes respecta, seguida de Austria, Italia y Suiza. Manteniéndose Suiza estable, podríamos decir que ha llegado a su madurez, esto quiere decir, que tendría dos opciones: mantenerse o implementar su oferta para así ganar una mayor afluencia a sus estaciones.

En general, el turismo de esquí, se encuentra aún en período de crecimiento. Así nos lo muestran las gráficas, igual que aumenta el número de visitantes, disminuye, y así sucesivamente, sin llegar a estabilizarse en un punto concreto. También puede deberse al cambio de las condiciones climatológicas, que hace que haya temporadas en las que las estaciones puedan ser más utilizadas que otras. Esto hace que las estaciones implementen su oferta complementaria cada vez más, para poder ofrecer al turista actividades en las estaciones durante todo el año.

2.3. OFERTA

El turismo de nieve en nuestro país, en concreto, las estaciones, deben renovarse. Esto quiere decir, al no tratarse de un país nórdico, España y sus estaciones deben renovarse para poder ofrecer una oferta complementaria a sus visitantes, para así, ser rentables durante todo el año. Tanto así, que las estaciones ofrecen actividades complementarias de todo tipo, tanto para épocas invernales como estivales. A esto también se suma la aparición de oferta hotelera en las propias estaciones, lo que facilita la visita a éstas.

Podríamos decir que las estaciones de esquí de nuestro país coinciden en la mayoría de ellas en los servicios que ofrecen.

Algunos de los servicios más comunes son: talleres de reparación, alquiler de parking, escuela de esquí, transporte a pistas, jardín de nieve, taquillas y guarda esquís, restaurantes en pistas, alquiler de equipos, etc.

Hay otras estaciones en las que podemos encontrar actividades peculiares a la vez que novedosas, como pueden ser: snowbike, vuelo en parapente, bosque animado, Safari 10.Mil, Ampriu Park, trineo de perros o raquetas de nieve, etc.

En este caso nos vamos a centrar en la estaciones de esquí alpino, a continuación expondremos algunos de los recursos principales de cada una de las estaciones. Pudiendo visualizarlos de forma más concreta y detallada en la tabla que aparece en el Anexo.

Baqueira Beret

La estación de Baqueira Beret cuenta con 150 kilómetros esquiables divididos en 103 pistas y que cuentan con 34 remontes.

Posee recursos principales varios como restaurantes, cafeterías, estadio de competición, cine, guardería, alquiler de material, gimnasio, snowpark, tiendas, servicio médico, pista de trineos, solárium y guarda esquí.

Debemos decir que esta es la estación que posee un mayor número de escuelas de esquí, contando con más de 25.



Figura 1: Estación de Baqueira Beret

Boí Taüll Resort

La estación de Boí Taüll posee un menor número de kilómetros esquiables que la anterior, contando con 48 kilómetros esquiables que se distribuyen por 51 pistas. Posee 10 remontes y cuenta con la Q de calidad turística.

A diferencia que la anterior esta estación posee jardín de nieve para los más pequeños pero no cuenta con algunos servicios como cine, piscina guarda esquí o gimnasio. Además esta estación cuenta con 1 escuela de esquí.



Figura 2: Estación de Boí Tàüll Resort

Espot Esquí

La estación de Espot Esquí cuenta con 28,66 kilómetros esquiabiles y 29 pistas con 6 remontes. Esta estación cuenta con 3 escuelas de esquí.

Posee servicios principales como restaurantes, cafetería, estadio de competición, jardín de nieve o guardería. Además de alquiler de material, tiendas, servicio médico solárium y pista de trineos.



Figura 3: Estación de Espot Esquí

La Molina

La Molina posee 67 kilómetros esquiabiles con 61 pistas y 15 remontes. Esta estación a diferencia de las comentadas anteriormente no posee el servicio de guarda esquí, pero si posee otros como pueden ser restaurantes, cafeterías, estadio de competición o jardín de nieve entre otras.



Figura 4: Estación La Molina

Masella

Masella, que se encuentra a pocos kilómetros de la estación de La Molina, cuenta con 74 kilómetros esquiables. Posee 65 pistas y 18 remontes.

En este caso, esta estación cuenta con tan solo 1 escuela de esquí. Además posee en su interior restaurantes, cafetería, estadio de competición, jardín de nieve, guardería, gimnasio, alquiler de material, servicio médico, tiendas, solárium y snowpark. Aunque carece de pista de trineos.

Algo que destacar de esta estación es que cuenta con la posibilidad de practicar esquí nocturno.



Figura 5: Estación de Masella

Port Ainé

Port Ainé, situada al igual que las anteriores estaciones en el Pirineo Catalán, cuenta con 29,48 kilómetros distribuidos en 29 pistas y contando con 8 remontes.

Port Ainé cuenta con 5 escuelas de esquí aunque carece de estadio de competición. Al igual que la estación de Baqueira Beret, esta estación cuenta con cine, piscina, guardería, guarda esquí, gimnasio, alquiler de material, servicio médico, tiendas, snowpark y pista de trineos. Lo único que las diferencia en este caso es la carencia de Port Ainé de un solárium.



Figura 6: Estación de Port Ainé

Tavascán

Tavascán podemos decir que es la estación que menos kilómetros esquiabiles posee, contando tan solo con 6 kilómetros esquiabiles los cuales están distribuidos en 7 pistas y contando con 5 remontes.

Esta estación cuenta con 1 escuela de esquí. Su escaso número de kilómetros esquiabiles hace que cuente con un menor número de servicios en su estación. Así es que esta estación cuenta simplemente con servicios como: restaurantes, cafetería, gimnasio, alquiler de material, servicio médico y snowpark.



Figura 7: Estación de Tavascán

Vall de Núria

La estación de Vall de Núria también posee un escaso número de kilómetros esquiabiles, superando a la estación de Tavascán únicamente por

1,61 kilómetros más. Esta estación cuenta así con 7,61 kilómetros esquiables y 11 pistas. El número de remontes que posee son 5.

Vall de Núria cuenta con 3 escuelas de esquí y cuenta con la Q de calidad turística. A su vez cuenta con restaurantes, cafeterías, jardín de nieve, guardería y guarda esquí, entre otros servicios. Carece de gimnasio y de solárium.



Figura 8: Estación de Vall de Núria

Vallter 2000

Concluyendo con el Pirineo Catalán se encuentra la estación Vallter 2000 que cuenta con 10,33 kilómetros esquiables, 13 pistas y 11 remontes.

Posee tan solo una escuela de esquí y cuenta con servicios como: restaurantes, cafeterías, estadio de competición, jardín de nieve, guarda esquí, alquiler de material, servicio médico, tiendas, snowpark y pista de trineos.



Figura 9: Estación Vallter 2000

Astún

La estación de Astún, situada en el Pirineo Aragonés cuenta con 50 kilómetros y 50 pistas que cuentan con 15 remontes.

Posee 2 escuelas de esquí y cuenta con restaurantes, cafetería, estadio de competición, jardín de nieve, alquiler de material, servicio médico, tiendas, solárium, snowpark y pista de trineo.

Otro detalle de esta estación es que es una de las estaciones que posee la Q de calidad turística.



Figura 10: Estación de Astún

Candanchú

Candanchú posee 50,6 kilómetros esquiables, 51 pistas y 25 remontes. Con una escuela de esquí, cuenta con servicios principales como estadio de competición, jardín de nieve, alquiler de material, servicio médico, tiendas, solárium y posta de trineos. Posee la Q de calidad turística pero carece tanto de snowpark como de gimnasio, guardería, piscina, cine y guarda esquí.



Figura 11: Estación de Candanchú

Cerler

La estación de Cerler cuenta con 79 kilómetros esquiables, 68 pistas y 19 remontes. Cerler posee 8 escuelas de esquí y cuenta con la mayoría de servicios principales, exceptuando cine y piscina.

También es una de las estaciones que cuentan con la Q de calidad turística.



Figura 12: Estación de Cerler

Formigal – Panticosa

Esta estación es la que posee un mayor número de kilómetros esquiabiles, 176 kilómetros. Esto se debe a la unión que se realizó en 2014, anteriormente eran dos estaciones individuales. Formigal-Panticosa posee 143 pistas con 37 remontes. A pesar del número de kilómetros esta estación carece de estadio de competición.

Cuenta con los servicios principales como restaurantes, jardín de nieve, guardería, guarda esquí, servicio médico, etc. Lo que no posee esta estación serían cine, piscina y gimnasio.



Figura 13: Estación de Formigal

Alto Campoo

Alto Campoo posee 27.77 kilómetros, 22 pistas y 12 remontes.

Posee 5 escuelas de esquí y posee estadio de competición. Los servicios de los que carece esta estación son cine, piscina, guardería, guarda esquí y pista de trineos.



Figura 14: Estación de Alto Campoo

Fuentes de Invierno

Esta estación es una de las posee menor número de kilómetros esquiabiles, 8,76 kilómetros. Posee 15 pistas y 5 remontes y tan solo una escuela de esquí. Fuentes de invierno cuenta con pocos recursos: restaurantes, cafetería, alquiler de material y servicio médico. Careciendo del resto de servicios.



Figura 15: Estación Fuentes de Invierno

Leitariegos

Leitariegos es la segunda estación con el menor número de kilómetros esquiabiles, por detrás de la estación de Tavascán. Posee 7 kilómetros esquiabiles, 10 pistas y 7 remontes. Cuenta con 2 escuelas de esquí y cuenta también con pocos servicios principales: restaurantes, cafetería, guarda esquí, alquiler de material, servicio médico y snowpark.



Figura 16: Estación de Leitariegos

Manzaneda

Manzaneda posee 16,75 kilómetros esquiabiles, 23 pistas, 6 remontes y 1 escuela de esquí.

Al igual que las estaciones de la zona de la Cordillera Cantábrica sus recursos son escasos: restaurantes, cafeterías, estadio de competición, jardín de nieve, piscina, gimnasio, alquiler de material, servicio médico, tiendas y snow park. Esta estación también posee la Q de calidad turística.



Figura 17: Estación de Manzaneda

San Isidro

San Isidro posee 27,41 kilómetros, 31 pistas, 16 remontes y 2 escuelas de esquí. Sus servicios son: restaurante, cafetería, guardería, guarda esquí, gimnasio, alquiler de material, servicio médico, tiendas y snowpark.



Figura 18: Estación de San Isidro

Valgrande-Pajares

Esta estación posee 21,5 kilómetros esquiables, 32 pistas, 9 remontes y 1 escuela de esquí.

Continúa en la misma dinámica que las anteriores, sus recursos son más escasos que los de otras zonas. Consta así de: restaurante, cafetería, estadio de competición, jardín de nieve, alquiler de material, servicio médico, snowpark y pista de trineos.

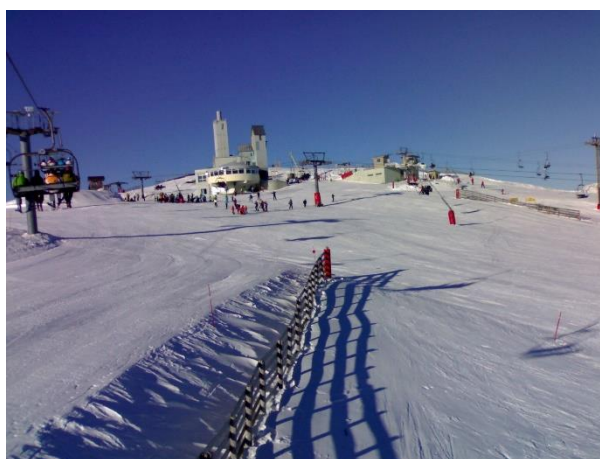


Figura 19: Estación de Valgrande-Pajares

Aramón Javalambre

Aramón Javalambre posee 14 kilómetros, 14 pistas y 9 remontes y solo una escuela de esquí. Es la única estación que no posee restaurante, posee así: cafetería, alquiler de materia, servicio médico, tiendas, solárium, snowpark y pista de trineos.



Figura 20: Estación de Aramón Javalambre

Aramón Valdelineares

Aramón Valdelineares, al igual que la anterior estación, posee 14 kilómetros esquiables que se distribuyen en 13 pistas con 12 remontes y posee 4 escuelas de esquí.

Esta estación posee la Q de calidad turística y posee: restaurantes, cafetería, guardería, guarda esquí, alquiler de material, servicio médico, tiendas, solárium, snowpark y pista de trineos.



Figura 21: Estación de Aramón Valdelineares

Valdezcaray

Es la estación de la zona del Sistema Ibérico que posee un mayor número de kilómetros esquiables, 22,6 kilómetros, con 24 pistas y 9 remontes. Es a su vez la única de la zona que posee estadio de competición, además de restaurantes, cafetería, jardín de nieve, guardas esquí, alquiler de materia y servicio médico.



Figura 22: Estación de Valdezcaray

La Pinilla

Esta estación cuenta con 22 kilómetros, 24 pistas y 13 remontes. Posee restaurantes, cafetería, jardín de nieve, guardería, guarda esquí, alquiler de material, servicio médico, tiendas, solárium y snowpark.



Figura 23: Estación de La Pinilla

Puerto de Navacerrada

Esta estación es la que posee un menor número de kilómetros de la zona del Sistema Central, 9,125 kilómetros. Posee 9 pistas, 7 remontes y 4 escuelas de esquí. Aunque carece de cafetería posee otros servicios complementarios: restaurantes, jardín de nieve, guarda esquí, alquiler de material, servicio médico y solárium.



Figura 24: Estación de Puerto de Navacerrada

Sierra de Béjar

Sierra de Béjar posee 20,3 kilómetros, 24 pistas y 4 remontes. Ofrece servicios complementarios como: restaurantes, guarda esquí, alquiler de material, servicio médico y snowpark.



Figura 25: Estación de Sierra de Béjar

Valdesquí

La estación Valdesquí posee 22 kilómetros, 27 pistas y 15 remontes. Con tan solo 1 escuela de esquí, esta estación cuenta también con cafetería, estadio de competición guarda esquí, alquiler de material, servicio médico, solárium y snowpark.

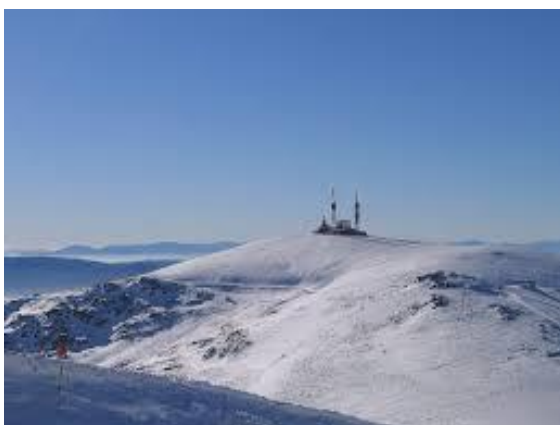


Figura 26: Estación de Valdesquí

Sierra Nevada

Sierra Nevada es la segunda estación con mayor número de kilómetros esquiabiles: 106,8 kilómetros. Cuenta con 124 pistas y 21 remontes. Su número de escuelas de esquí es 15 y, al igual que en la estación de Masella, es posible practicar esquí nocturno.

Sus servicios principales son: restaurantes, cafeterías, estadio de competición, jardín de nieve, guardería, guarda esquí, gimnasio, alquiler de material, tiendas, solárium, snowpark y pista de trineos. Además de poseer la Q de calidad turística.



Figura 27: Estación de Sierra Nevada

2.3.1. Oferta hotelera en las estaciones de esquí

De las 28 estaciones que forman parte de España, sólo 16 de ellas poseen alojamientos en la propia estación. Esto se debe a lo desarrollada que esté la estación y la zona. Esto no quiere decir que no existan alojamientos cercanos, ya que, aunque no posean plazas hoteleras en la propia estación, todas ellas cuentan con plazas hoteleras en su área de influencia.

A continuación numeraremos los alojamientos de las diez estaciones con oferta hotelera en la propia estación, que son las que analizaremos más adelante.

- **Baqueira Beret**

Hotel Val de Neu GL (5*)

Hotel AC Baqueira Ski Resort (5*)

Rafael Hotels by La Pleta (5*)

Hotel Melia Royal Tanau (5*)

Hotel Himalaia Baqueira (4*)

Hotel Chalet Bassibe (4*)

Hotel Val de Ruda (4*)

Hotel Montarto (4*)

Hotel TUC Blanc (3*)

Apartamentos Baqueira Cota 1700 (apto.)

Apartamentos Blanheu (apto.)

Apartamentos Multibaqueira (apto.)

Apartamentos Solneu (apto.)

Apartamentos Multibaqueira (apto.)

Apartamentos TOTIARAN (apto.)

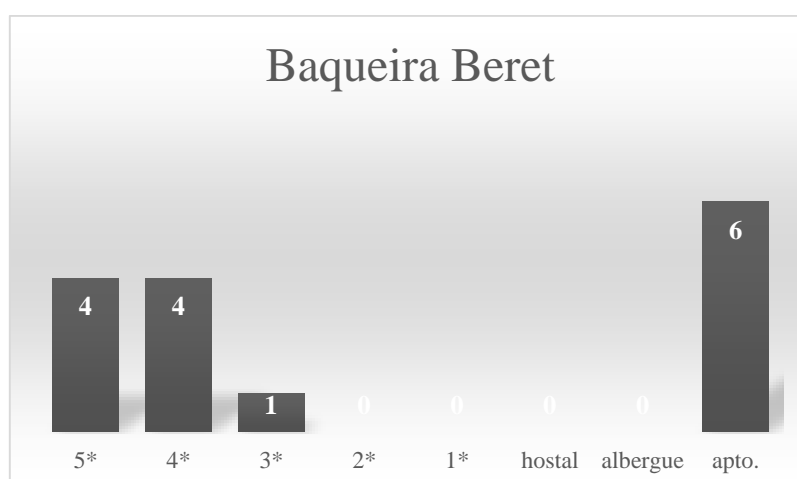


Gráfico 2: Número y tipos de alojamientos en Baqueira Beret
Fuente: Elaboración propia

- Boí Taüll

Hotel Augusta (4*)

Hotel Manantial (4*)

Hotel Romanic (3*)

Hotel Boí Taüll Resort (3*)

Apartamentos la Solana (apto.)

Residencial la Solana (apto.)

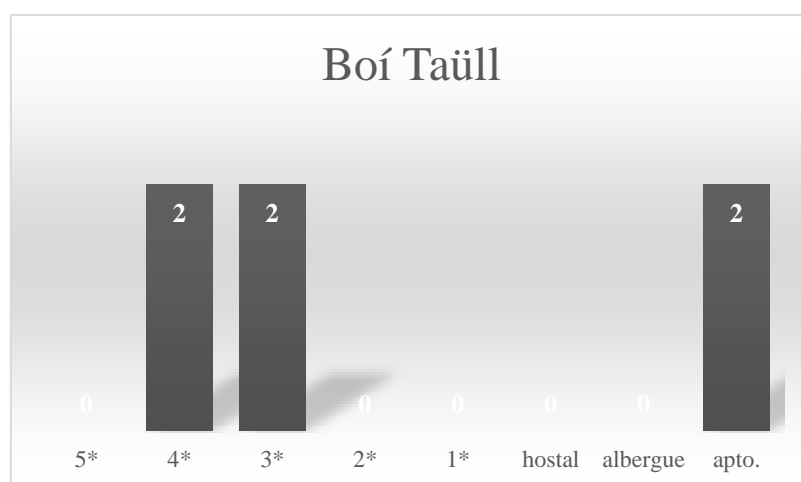


Gráfico 3: Número y tipos de alojamientos en Boí Taüll
Fuente: Elaboración propia

- Formigal-Panticosa

Aragón Hills Hotel & Spa (4*)

Hotel Saliecho (4*)

Abba Formigal Hotel (4*)

Hotel Villa de Sallent (4* y 3*)

Hotel Nievesol – Formigal (3*)

Hotel Sabocos (3*)

Hotel Tirol (2*)

HG Alto Aragón

Apartamentos Midi (apto.)

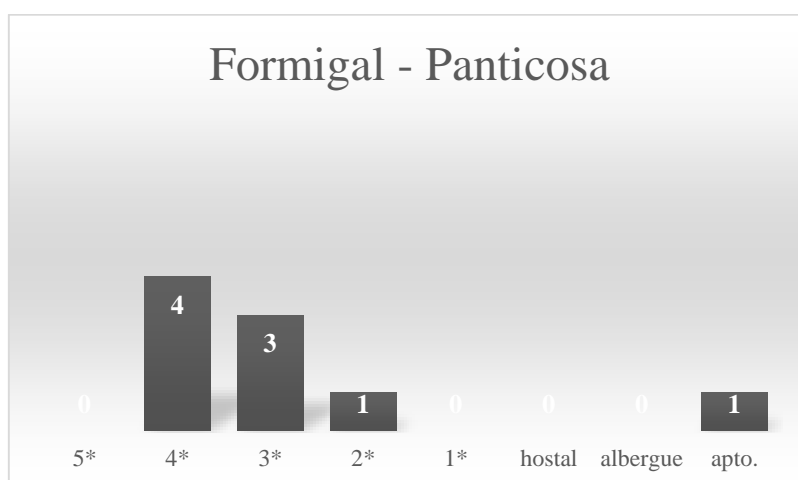


Gráfico 4: Número y tipos de alojamientos en Formigal-Panticosa
Fuente: Elaboración propia

- La Molina

Hotel HG La Molina (4*)

Hotel Guitart La Molina (4*)

Hotel Adserà (3*)

Amorettes Hotel (3*)

Hotel Supermolina (3*)

Hotel Solineu (3*)

Niu dels Falcons (Chalet)

Apartaments Gran Vall (apto.)

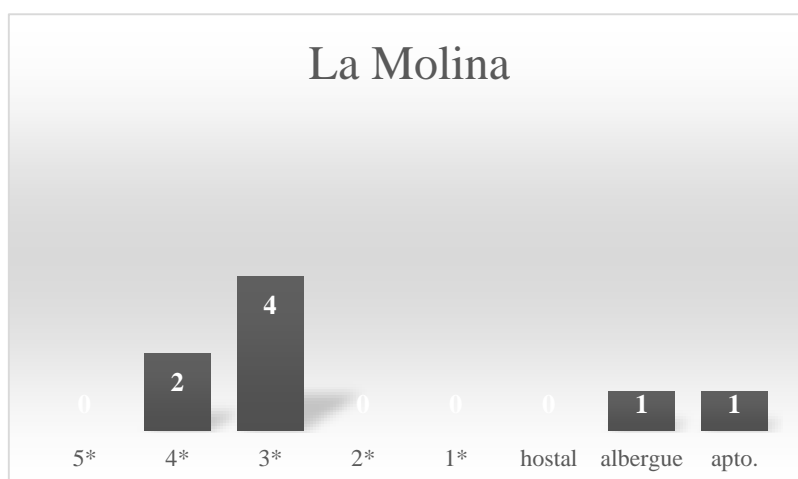


Gráfico 5: Número y tipos de alojamientos en La Molina
Fuente: Elaboración propia

- Masella

Alp Hotel Masella (3*)

Abrigal Masella (albergue)

Masella 1600 Residencial (apto.)

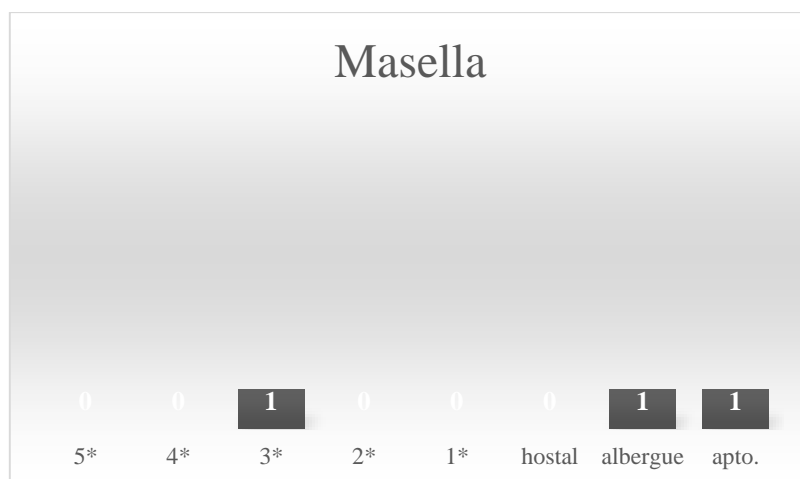


Gráfico 6: Número y tipos de alojamientos en Masella
Fuente: Elaboración propia

- Port Ainé

Hotel Port Ainé 2000 (3*)

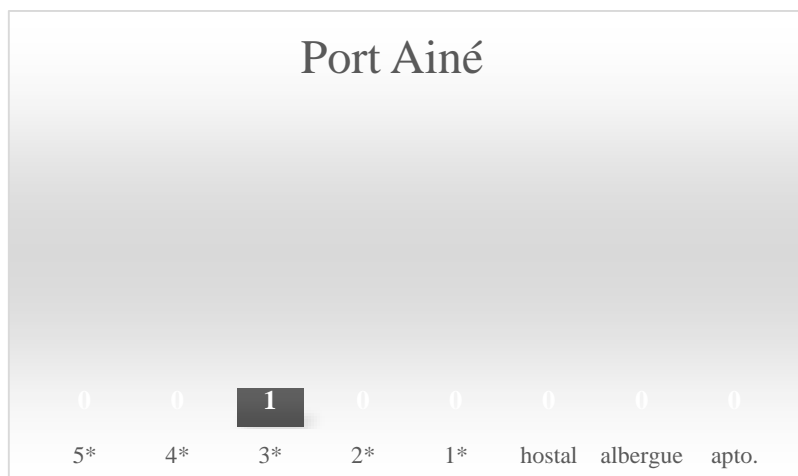


Gráfico 7: Número y tipos de alojamientos en Port Ainé
Fuente: Elaboración propia

- Vall de Núria

Hotel Vall de Núria (3*)

Apartamentos Vall de Núria (apto.)

Alberg Pic de l'Aliga (albergue)

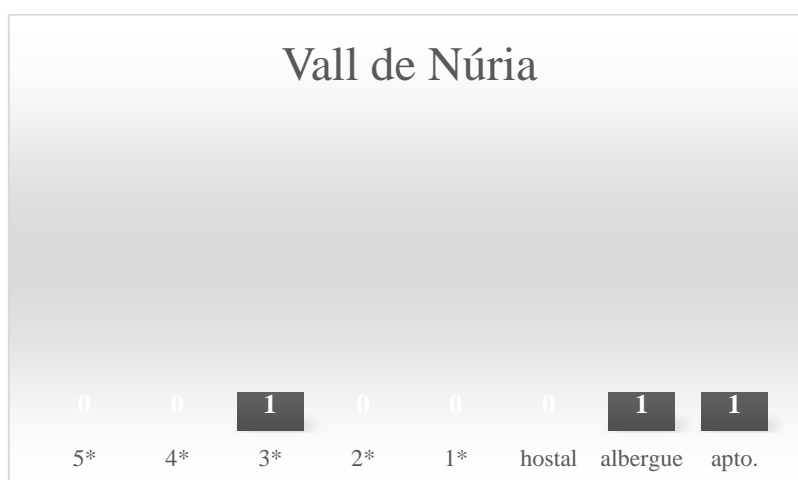


Gráfico 8: Número y tipos de alojamientos en Vall de Núria
Fuente: Elaboración propia

- **Candanchú**

Hotel Edelweiss (3*)

Hotel Candanchú (3*)

Hotel Tobazo (3*)

Albergue el Águila (albergue)

Albergue Valle del Aragón (albergue)

Apartamentos Edificio Leyre (apto.)

Riglos Apartments (apart.)

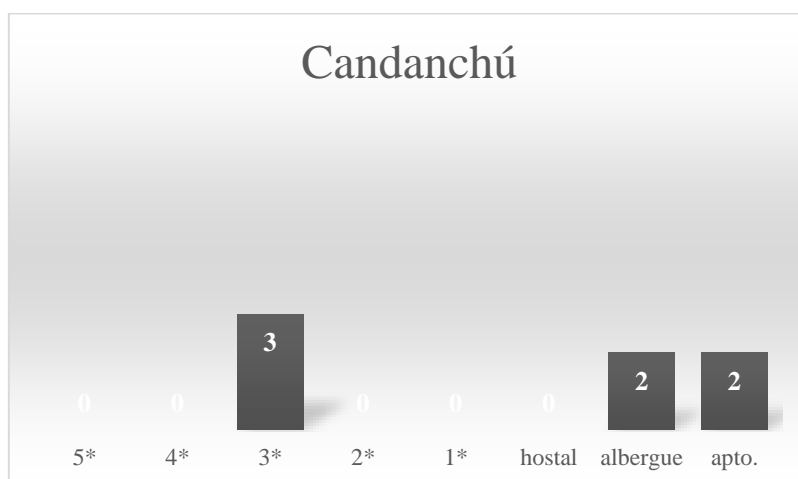


Gráfico 9: Número y tipos de alojamientos en Candanchú
Fuente: Elaboración propia

- **Alto Campoo**

Hotel La Corza Blanca (3*)

Albergue Agosti (albergue)

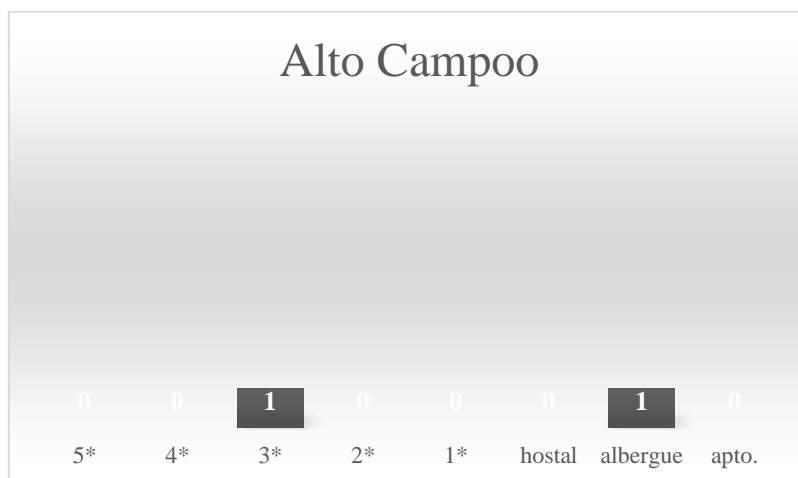


Gráfico 10: Número y tipos de alojamientos en Alto Campoo
Fuente: Elaboración propia

- Leitariegos

Albergue Octavio Álvarez Carballo (albergue)

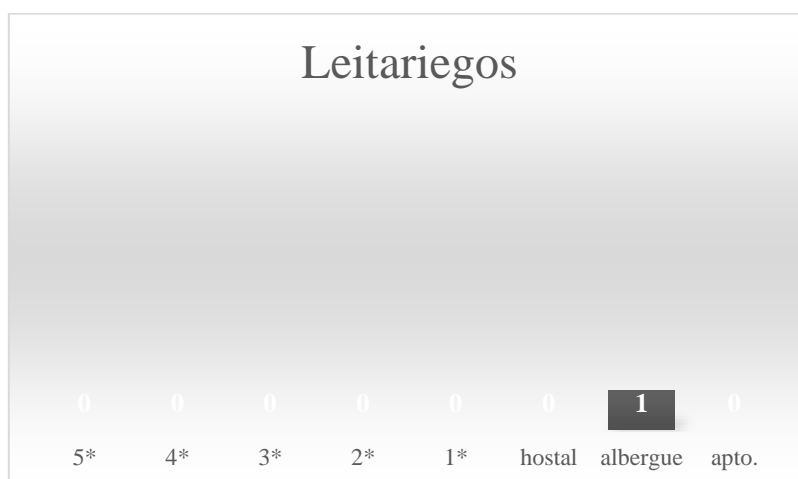


Gráfico 11: Número y tipos de alojamientos en Leitariegos
Fuente: Elaboración propia

- La Pinilla

Albergue La Pinilla (albergue)

Hostal La Pinilla (hostal)

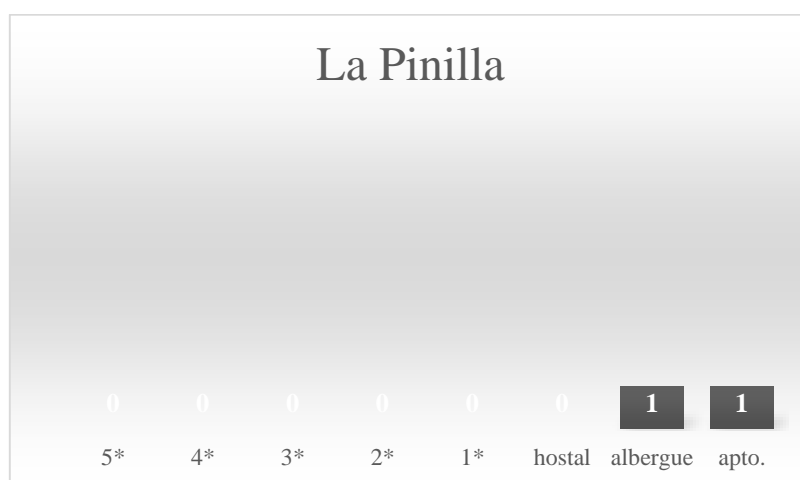


Gráfico 12: Número y tipos de alojamientos en La Pinilla
Fuente: Elaboración propia

- **Port del Comte**

Hotel Serhs Ski (2*)

Hotel Restaurant Golf Natura (2*)

Hotel Restaurant l'avet (1*)

Alberg Centre de Vacances El Mirador (albergue)

Refugi del Bages (albergue)



Gráfico 13: Número y tipos de alojamientos en Port del Comte
Fuente: Elaboración propia

- **San Isidro**

Apartamentos San Isidro (apto.)

Apartamentos Toneo (apto.)

Apartamentos Reservas León (apto.)

Hostal Pico Agujas (hostal)

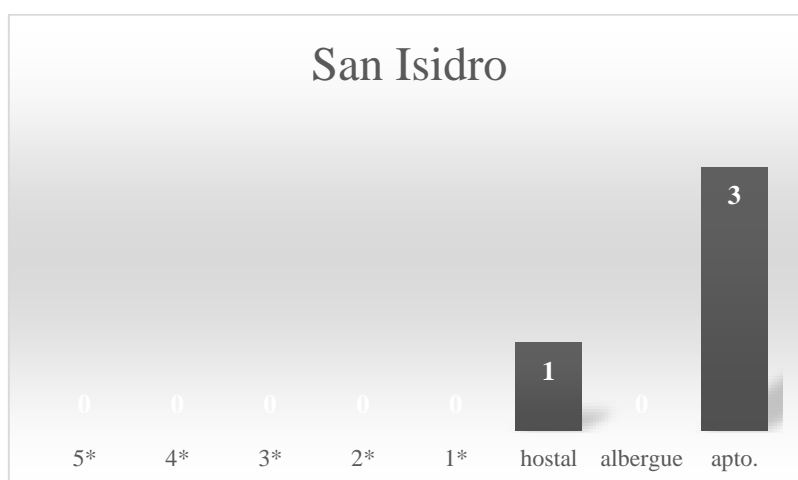


Gráfico 14: Número y tipos de alojamientos en San Isidro
Fuente: Elaboración propia

- **Manzaneda**

Oca Nova Manzaneda (apto.)

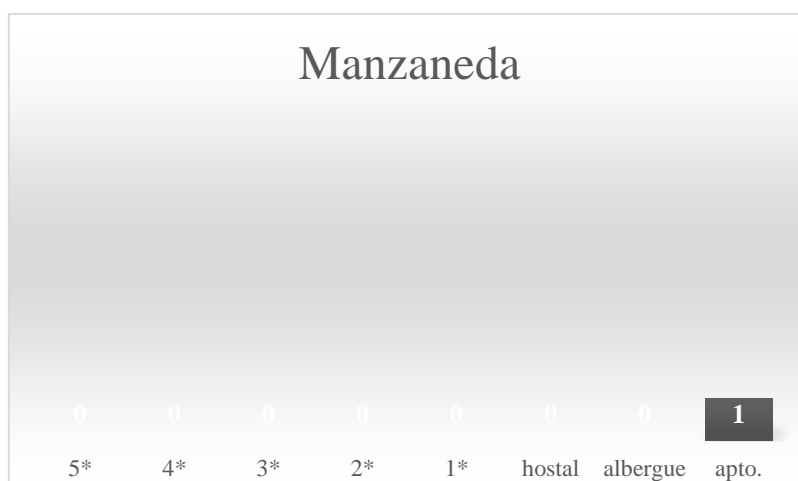


Gráfico 15: Número y tipos de alojamientos en Manzaneda
Fuente: Elaboración propia

- **Sierra Nevada**

Vincci Selección Rumaykiyya (5*)

Hotel Kenia Nevada (4*)

Melia Sierra Nevada (4*)

Melia Sol y Nieve (4*)

HG Maribel (4*)

Hotel Ziriyab (3*)

Hotel GHM Monachil (3*)
 Hotel Mont Blanc (3*)
 Hotel Nevasur (3*)
 Hotel Telecabina (2*)
 Hotel Montesol (2*)
 Hostal El Ciervo
 Apartamentos Bulgaria (apto.)
 Apartamentos Sabica (apto.)
 Apartamentos Hábitat (apto.)
 Apartahotel Trebenque (apto.)
 Inside Plaza Sierra Nevada (apto.)
 Apartamentos GHM Monachil (apto.)
 Apartamentos GHM Gorbea (apto.)
 Albergue Inturjovent Sierra Nevada (albergue)

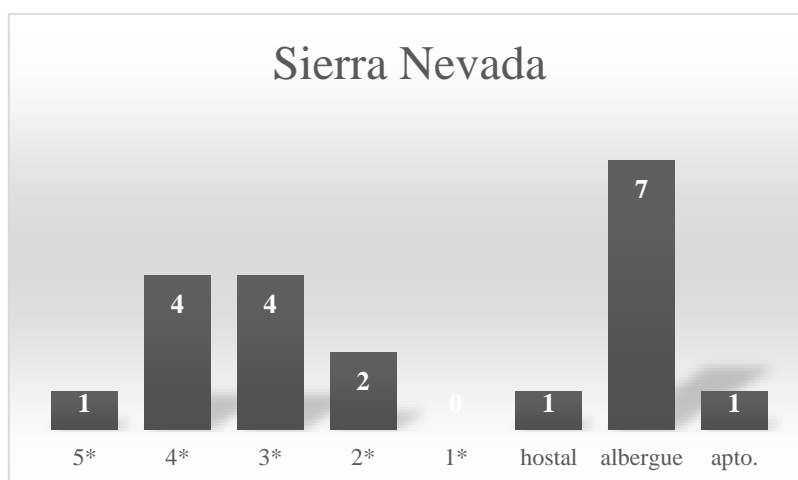


Gráfico 16: Número y tipos de alojamiento de la Estación de Sierra Nevada
 Fuente: Elaboración propia

2.3.2. Diferencias entre ATUDEM y el estudio realizado

Según la Guía de Estaciones 2016 de ATUDEM las siguientes estaciones de esquí poseerían el siguiente número de camas en la propia estación, mientras que según el estudio por mí realizado no existe oferta hotelera dentro de la estación, aunque sí en los alrededores de esta.

- Fuentes de Invierno: 63 camas.

- Valgrande Pajares: 148 camas.
- Aramón Cerler: 1091 camas.
- Espot: 930 camas.
- Tavascán: 50 camas.
- Vallter 2000: 80 camas.

En la mayoría de estos casos lo que ocurre es que existen alojamientos muy cercanos a la estación, pero que no se encuentran en la estación en sí, como es el caso de Espot.

Espot cuenta con un hotel y un albergue en sus inmediaciones pero que no se encuentran dentro de la estación.

El caso que llama la atención es el de la estación Aramón Cerler, ya que según la Guía de Estaciones 2016 de ATUDEM cuenta con 1091 camas, el mayor número de camas de la estaciones anteriormente nombradas en este apartado. En este caso sucedería lo mismo que con la estación de Espot, cuenta con camas pero en las inmediaciones de la estación, no en el interior de ésta.

Por otro lado tenemos las estaciones de Vallter 2000, Tavascán y Fuentes de Invierno que poseen un menor número de camas. En este caso esta diferencia podría deberse a que hayan contado con algún número de camas de un apartamento no reglado, ya que no es un número de plazas elevado.

CAPÍTULO 3 REPUTACIÓN ON-LINE

3.1. DEFINICIÓN E IMPORTANCIA EN EL TURISMO

El boca-oído electrónico, o EWOM, fue definido por Henning-Thurau et al. (2004) como “cualquier opinión positiva o negativa realizada por consumidores actuales, potenciales o pasados sobre un determinado producto o empresa, que es puesto a disposición de multitud de personas y organizaciones a través de Internet”.

Es aquí donde se encuentra el término de reputación online, en los comentarios y opiniones de los consumidores, en el boca-oído electrónico. La reputación online se basa en opiniones de usuarios activos, es decir, estos que muestran su opinión en las páginas web destinadas a este propósito. Así, la reputación online de un servicio servirá a usuarios pasivos, los que se limitan a buscar información acerca de un determinado producto o servicio.

Debido a la intangibilidad de los servicios, los consumidores están precisando de más información del exterior a la hora de tomar una decisión acerca de algún servicio. De todas las fuentes de información, los consumidores

se fían más de aquellas que no son comerciales, es decir, prefieren el boca-oído y en la actualidad más en concreto el boca-oído electrónico.

“El interés del boca-oído recae en el hecho de que los consumidores suelen preferir confiar en un tipo de comunicación más personal e informal, como la recomendación de otro consumidor, que en fuentes formales y con claros objetivos comerciales, como es el caso de la publicidad” (Bansal y Voyer, 2000).

Con la introducción de las redes sociales y la era digital la influencia del boca-oído electrónico, también nombrado en inglés electronic Word-of-mouth (EWOM), se ha incrementado y juega un importante papel en el sector turístico. Además, Internet tiene varias ventajas frente al tradicional boca-oído y estas son la velocidad y facilidad para acceder a la información, sumando a esto que la información permanece en la red por un tiempo prolongado.

La web 2.0 y las redes sociales son la herramienta más apropiada para las empresas turísticas para obtener información sobre sus consumidores, aunque estas empresas no tienen control sobre la información o la imagen que se crea de ellas a través de estos medios.

En este caso, en el sector del turismo estas plataformas online tienen gran peso para los consumidores, ya que son importantes fuentes de información donde otros consumidores puntúan o cuentan su experiencia acerca de determinados servicios, influenciándolos así en la decisión de comprar un determinado producto reservar un determinado hotel.

EWOM puede ser divulgada por páginas de opinión, fórums, blogs, páginas web boicoteadas, e implica la actuación de personas cuyo comportamiento está motivado por diversas razones, ya sean experiencias negativas o positivas.

“EWOM se diferencia del boca-oído tradicional principalmente por su conveniencia, alcance, fuente y la velocidad de las interacciones.” (Ladhari & Michaud, 2015) Clara diferencia es de dónde proviene la información, no es igual la información dada por familiares o amigos que la que encontramos en Internet, ya que realmente no sabes quién está dando su opinión. Esto influye en que cuanto mayor se identifique un usuario que escribe su opinión en una página web, mayor será la confianza en este usuario y en su opinión.

En Internet podemos encontrar tanto opiniones positivas como negativas, normalmente, las opiniones negativas tienen más peso que las positivas. Un solo consumidor insatisfecho puede influir en la decisión de otros 200 consumidores simplemente con su comentario. A su vez, la simple presencia de opiniones acerca de un hotel o un restaurante puede aumentar su número de ventas.

“Ogut y Tas (2012) informan que las ventas de habitaciones on-line son mayores en los hoteles con mayores puntuaciones de consumidores.” (Ladhari & Michaud, 2015)

En este caso vamos a analizar la reputación on-line de la oferta hotelera de las estaciones de esquí de España.

En el caso de los hoteles, la exposición a reseñas on-line influencia más a hoteles poco conocidos que a hoteles conocidos, ya que estos ya tienen su propia reputación entre los consumidores, y cuanto más positivos sean los comentarios, más positiva será la actitud que los consumidores tengan hacia un determinado hotel.

“Sparks y Browning (2011) demostraron que los consumidores potenciales usan las reseñas online para reducir el riesgo y la incertidumbre relacionada con la situación de compra, y que estas opiniones y recomendaciones pueden ayudar a determinar el nivel de confianza. Parece que el deseo de reservar una habitación de hotel está relacionado con la confianza que los consumidores tienen en el hotel y que esta confianza está sustancialmente influenciada por retroalimentación de compañeros.” (Sparks & Browning, 2011)

Esto quiere decir que los consumidores buscan información a través de Internet para poder encontrar, a la vez que información acerca del propio hotel, opiniones que hagan que se sientan más seguros a la hora de realizar una elección, sintiéndose aún más atraídos por las opiniones en las que los usuarios incluyen elementos visuales como fotos o vídeos del propio producto o servicio.

Por esta razón, la reputación on-line se ha convertido en un factor muy importante en el sector turístico, especialmente en la oferta hotelera. Esto quiere decir que estas plataformas web juegan un papel muy importante en la decisión del consumidor.

La calidad de la información eWOM en las redes sociales es determinante para los consumidores a la hora de tomar una decisión de compra.

Con el término “redes sociales” nos referimos a todas aquellas plataformas de Internet que pongan herramientas de interacción social a disposición de los usuarios, para que estos puedan dar su opinión, tanto negativa como positiva, y narrar experiencias.

Por ejemplo, Tripadvisor permite a sus usuarios que hagan comentarios opinando acerca de hoteles, permitiéndoles así puntuar estos hoteles con un sistema de puntuación basado en 5 estrellas, pudiendo incluir también fotos realizadas por ellos mismo.

“En España, el 74.1% de los usuarios de Internet afirman consultar valoraciones de otros compradores online antes de tomar su decisión de compra, y 45% confían en dichas valoraciones.” (Matute Vallejo, Polo Redondo, & Utrillas Acerete, 2015)

También según un estudio realizado por TrustYou en colaboración con Accor Hotels y la Unidad de Asesoramiento Estadístico de la Universidad Louis-et Mazimilien de Múnich, el 95% de los viajeros reconoce que revisan comentarios de otros usuarios antes de realizar alguna reserva.

3.2. HERRAMIENTAS

En la actualidad, gracias a la facilidad que existe para el acceso a Internet y la facilidad para publicar en Internet, los consumidores basan sus decisiones acerca de destinos o servicios turísticos en base a comentarios y opiniones de otros consumidores. Existen cantidad de páginas web dedicadas al turismo y a los alojamientos turísticos en sí, pudiendo nombrar algunas como Tripadvisor, Hotels.com, Expedia, Booking.com... En estas páginas podemos encontrar tanto comentarios, como puntuaciones y experiencias de algunos de sus usuarios, refiriéndose a destinos, hoteles, atracciones turísticas, etc.

Existen multitud de generadores de contenido, ya sean blogs, redes sociales, incluso YouTube. “En el caso particular de los usuarios-consumidores, el contenido que generan refleja sus impresiones, normalmente influenciadas por experiencias, archivadas o compartidas en línea, para permitir un fácil acceso a otros consumidores interesados (Zhang et al.,2010)”. (Ladhari & Michaud, 2015)

Estas herramientas facilitan a los consumidores ver o compartir experiencias, ya sea por medio de opiniones, puntuaciones, fotos o vídeos. Esto causa influencia en la toma de decisiones de muchos de los usuarios.

Las páginas web de los propios hoteles son otras de las herramientas que se pueden usar para adquirir información sobre el propio hotel, ya que es la principal herramienta que tiene una empresa para vender sus productos. Para que la web atraiga a los clientes y estos tengan una actitud positiva hacia el hotel esta debe tener un buen diseño y una buena apariencia, así como que sea de fácil manejo y contenga información completa y de calidad.

Así mismo, las páginas web de los hoteles suelen poner a disposición una herramienta de opinión como es la de poder comentar. Esto hace que, si contiene comentarios positivos, la página sea evaluada de forma más positiva y así mismo el hotel. Al igual que los comentarios positivos incrementan la actitud positiva, la ausencia de comentarios o que estos sean negativos incrementan la actitud negativa.

También se ha comprobado que la credibilidad de los comentarios en la propia página web del hotel son menos creíbles que las opiniones de otras páginas, como pueden ser Tripadvisor o Booking. Ya que los consumidores pueden sentir que los comentarios de la página web del propio hotel pueden estar manipulados por el hotel.

Según una encuesta realizada por Travel Daily News (2012), el 87% de los individuos entrevistados creían que las opiniones de TripAdvisor les ayudaban a tomar decisiones acerca de hoteles con más confianza, y un 98% consideraban las opiniones de esta página web precisas. Una investigación realizada por eMarketer (2013) reveló que a los consumidores les gustaba obtener inspiración y planes para viajar en Internet, donde intermediarios de terceros era la primera opción, seguido de Facebook.

Facebook se convierte así en una influencia importante en los consumidores, que lo usan en la actualidad como una herramienta para guiarse en sus decisiones. Los comentarios positivos de los amigos de Facebook incrementan la fiabilidad del consumidor acerca del hotel del que buscan información. Cuanto mayor sea tu confianza en tu amigo de Facebook, mayor será la habilidad para cambiar de opinión o tomar la decisión. Actualmente existen también las llamadas páginas oficiales, páginas que pueden poseer los alojamientos hoteleros para que sus clientes puedan dar su opinión acerca de los servicios recibidos y puedan puntuarlos. De esta forma los usuarios pueden buscar información y dar sus opiniones a la vez que los gestores del hotel pueden adquirir información para llevar una mejora continua.

Otra de las herramientas utilizadas actualmente por los consumidores para informarse como para realizar alguna reserva es Booking.com. Booking.com cuenta, como Tripadvisor, con un sistema de puntuación con el que los usuarios además de dar su opinión pueden puntuar el alojamiento para así ayudar a futuros clientes.

En estos momentos existe una plataforma online llamada “Voice of the Guest”, desarrollada por Accor Hotels, que permite a los hoteleros poder visualizar su reputación gracias a los contenidos que se cuelgan en la web y a las encuestas realizadas a sus clientes. Actualmente son 3000 hoteles los que cuentan con VOG, que cuenta con las herramientas de gestión de TrustYou (especialista en reputación online), siendo un 100% el porcentaje de hoteles en España que se encuentran ya en VOG.

Expedia es otra de las plataformas web utilizadas por los consumidores para informarse tanto de alojamientos hoteleros, como de actividades en un destino, como también como herramienta de reserva de vuelos y hoteles. En este caso funciona como Tripadvisor, pudiendo puntuar el alojamiento con un máximo de 5 puntos y pudiendo realizar comentarios.

Actualmente existe un gran número de herramientas con las que es posible medir la reputación online de un negocio o página web.

Algunas de las herramientas gratuitas que existen para medir la reputación online son las siguientes:

- Google Alerts: es una herramienta gratuita con la que se puede saber de forma rápida qué es lo que piensan los usuarios. Simplemente basta con introducir las palabras clave que se deseen y se recibe la información a través de correo electrónico.
- Social Mention: esta herramienta está basada en contabilizar las veces que la marca ha sido mencionada, quienes la han mencionado y dónde. Posee filtros segmentados dependiendo de lo que cada marca necesite.
- ReviewPro: enfocada para la industria hotelera. Está basada en la recopilación de recomendaciones de diferentes portales de Internet, analiza estas recomendaciones y las clasifica.

- Klout: esta herramienta mide la influencia de la marca con simplemente conectar la cuenta de redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram. Una vez conectada tu cuenta esta herramienta te proporciona un porcentaje que es el que refleja cómo interesan tus actividades a tus contactos.
- Buzzmonitor: esta herramienta permite ver qué opinan los usuarios acerca de los productos o servicios de una marca, la competencia para esa marca, etc.
- ReputaciónXL: da la oportunidad de que las marcas puedan realizar un seguimiento de lo que se habla en Internet, pudiendo usar palabras claves o URL para afinar y agilizar la búsqueda.
- Whostalkin: esta herramienta recopila conversaciones realizadas en más de 60 redes o medios sociales y agrupa los resultados de acuerdo a cada medio social.
- Samepoint: proporciona información basada en lo que se ha escrito en la web relacionado con una empresa.
- Epinions: Epinions es una herramienta que fue fundada en 1999, es una página de evaluación de productos y tiendas y se basa en el modelo de coste-por-clic. Básicamente lo que hace esta página es cobrar a los fabricantes de los productos y a las tiendas por el número de clics que los consumidores realizan para así poder realizar una lectura sobre sus productos en la página web.
Epinions tiene un número de miembros que son los que evalúan y dan sus opiniones sobre los productos; pueden puntuar los productos en una escala de 1 a 5 estrellas en una serie de diferentes aspectos.
En esta página los miembros, que realizan los comentarios, pueden ganar dinero.
- BizRate: en esta página los consumidores pueden realizar compras de un listado de tiendas que están incluidas y una vez realizada la compra califican aspectos como precios, opciones de compras, el grado de satisfacción, etc. En lo que se basa esta página es en que las tiendas que están incluidas puedan obtener un Certificado del Cliente, esto lo consiguen una vez que tengan un número suficiente de encuestas positivas durante un período de tiempo, así el comerciante puede mostrar el Certificado del Cliente de BizRate en su propia página web.
Lo que incentiva a los consumidores a realizar estas reseñas es que pueden obtener descuentos en sus compras.

- Amazon: esta página se podría definir como una librería online, permitiendo a sus consumidores realizar reseñas sobre los productos. Su método de reputación es parecido al que usa BizRate. Simplemente hay que registrarse para convertirse en miembro y poder puntuar, siendo la escala de puntuación entre 1 y 5 estrellas. Los comentarios se distribuyen según el consumidor quiera y pueden ser en orden: los más nuevos primeros, los más útiles primero o los que tengan una calificación más alta primero. La página además tiene una especie de ranking en el que se pueden distinguir: Top 1000, Top 500, Top 100, Top 50, Top 10 y el número uno.
- PeerIndex: esta herramienta básicamente mide la influencia que tenemos en las redes sociales y en los blogs, además de ofrecernos información acerca de las redes sociales en las que nos encontremos.
- Alerti: Alerti, además de monitorizar páginas web con las palabras clave que nosotros escogemos, crea alertas con la actualidad de las redes sociales y blogs, pudiendo realizar gráficas e informes con los resultados obtenidos.

También podemos encontrar otras herramientas como Pirendo, que analiza las redes sociales; Radian6; Engagor; o Rankur, que también sirve para medir la reputación online, que sí son de pago.

Además de las herramientas anteriormente citadas existen foros de discusión en Internet que también sirven para medir la reputación online para saber qué es lo que los consumidores opinan acerca de algunos productos o servicios.

- Slashdot: comenzó en 1997 y se trata de un foro donde es posible escribir artículos y comentar. Esta página cuenta con una serie de moderadores para mantener el foro tranquilo. Los artículos que se publican en esta página son seleccionados por el equipo de Slashdot, una vez que el artículo ha sido seleccionado y publicado, pueden realizarse comentarios acerca del artículo. En este caso los comentarios se pueden realizar de manera anónima, ya que existe la posibilidad de registrarse como usuario o no. Los moderadores se seleccionan de una lista de usuarios registrados y éstos deben puntuar los comentarios, ya sea positivamente o negativamente.
- Kuro5in: esta página comenzó en 1999 y se trata de un foro acerca de tecnología y cultura. Es parecido a Slashdot, ya que permite a sus usuarios publicar artículos así como comentar artículos. Posee un sistema de reputación llamado Mojo, tuvieron algunos problemas en un principio debido a publicaciones realizadas como spam o por atacantes que pretendían hacer perder a otros miembros sus

indicadores de reputación. Debido a estos problemas se introdujeron algunos cambios.

3.3. HERRAMIENTAS UTILIZADAS

Las herramientas que he utilizado para la “medida” de la reputación online de la oferta hotelera de las estaciones de esquí de España han sido cuatro.

Las cuatro herramientas escogidas han sido: Tripadvisor, Facebook, Google + y Booking.com.

Herramientas que en la actualidad muchos de los consumidores turísticos utilizan para obtener información acerca de un destino o un tipo de alojamiento.

Junto con estas herramientas he utilizado una serie de variables dependiendo de cada una de ellas. Gracias a esto podremos conocer qué reputación tienen los alojamientos de las estaciones de esquí en Internet, si son conocidos o no y si lo que muestran en su web es acorde a la puntuación que les dan los consumidores.

Las variables que hemos utilizado son, según cada herramienta:

- **Tripadvisor:**

Tripadvisor es una de las mayores webs de viajes del mundo, proporciona consejos de viajeros y opciones de viaje y planificación, a la vez que ofrece la posibilidad de reservar al mejor precio.

Fue creada en febrero del año 2000. Tiene dominios en 48 países y está disponible en 28 mercados.

Tripadvisor contiene más de 350 millones de comentarios y opiniones, más de 6.500.000 alojamientos, restaurantes y atracciones, aquí se incluyen: hoteles, hostales, pensiones y otros alojamientos; alquileres vacacionales; restaurantes y atracciones.

A su vez, incluye la posibilidad a los viajeros de incluir fotos, así suma más de 60 millones de fotos de viajeros.

Existen más de 103 millones de usuarios registrados en todo el mundo y la app ha sido descargada más de 315 millones de veces.

Algunas de sus principales características son: reserva instantánea, personalización, comparador de precios de hotel, fotos, foro, funcionalidad de tours, vuelos, alquileres vacacionales, mapas y Trip Watch, que ofrece alertas personalizadas por e-mail al turista.

Las variables que hemos utilizado han sido las siguientes:

- Datos de filiación: si aparecen estos datos.
- Página web: si aparece la página web del hotel y si es correcta.
- Fotos: si existen fotos del hotel en cuestión.

- Puntuación: la puntuación media de los usuarios, en el caso de Tripadvisor esta puntuación puede ir desde 0 a 5 estrellas.
- Fotos de visitantes: fotos que los visitantes hayan subido del hotel y número total de fotos de los visitantes que existen.
- Posición en destino: la posición que posee el hotel en su destino, es decir, en su emplazamiento. En este caso será la posición del hotel o alojamiento respecto al resto de hoteles de las mismas características que existen en una determinada estación de esquí.

- **Facebook:**

Facebook es una red social que fue fundada en febrero del año 2004, según la página oficial de Facebook esta página es una utilidad social cuya utilidad es ayudar a las personas a comunicarse de una forma más eficaz con sus amigos, sus familiares o sus compañeros de trabajo.

En julio de 2015 el número de usuarios registrados activos con los que contaba Facebook eran 1650 millones. Esta página está disponible en 110 idiomas.

Actualmente Facebook ofrece la posibilidad de crear páginas oficiales de las que están sacando provecho muchos establecimientos hoteleros para poder ofrecer información a sus usuarios y que éstos puedan ayudar mediante sus opiniones y sus puntuaciones.

Variables utilizadas en nuestro estudio:

- Página oficial: si existe una página en Facebook del alojamiento y si ésta es oficial o está activa.
- Datos filiación: si aparecen los datos de filiación del hotel.
- Página web: si aparece la página web de alojamiento hotelero.
- Número de seguidores: número de seguidores que posee la página de Facebook.
- Puntuación: puntuación de la página de Facebook del hotel, son los usuarios los que puntúan y en este caso, al igual que en Tripadvisor, la puntuación va desde 0 a 5 estrellas.
- Número de comentarios: número de comentarios u opiniones de los usuarios de Facebook en la página.

- **Google Plus:**

Google + pertenece a Google, como su propio nombre indica, y surgió en el año 2011, el objetivo de sus creadores básicamente era mejorar los contenidos de Google incluyendo a los usuarios, los intereses de los usuarios y sus relaciones.

Google fue fundada en 1998 y su sede principal se encuentra en Mountain View, en Estados Unidos.

Básicamente esta herramienta permite crear un perfil en el que está incluida la información del negocio y donde pueden realizarse comentarios acerca del servicio, así como puntuar el negocio u hotel.

Las variables que se han utilizado para Google Plus son las siguientes:

- Datos filiación: si aparecen los datos de filiación del hotel.
- Puntuación: puntuación del alojamiento en la página de Google plus, aquí la puntuación también puede ascender hasta los 5 puntos.
- Reseñas: número de reseñas que posee en google plus el alojamiento.

- **Booking.com:**

Booking.com es líder mundial en reservas de alojamiento online. Apareció en 1996, su sede se encuentra en Ámsterdam, Países Bajos, pero cuenta con 176 oficinas en más de 60 países alrededor del mundo.

Esta página está disponible en 40 idiomas y tiene actualmente 905.658 alojamientos activos que se reparten en 223 países y territorios. Cuenta con un equipo de más de 11000 personas en todo el mundo.

La filosofía de Booking.com es ofrecer un sitio web informativo, que sea fácil de usar y que garantice los mejores precios.

Las ventajas que Booking.com ofrece a sus usuarios son: ofrece los precios más bajos; su servicio de reservas es gratuito, es decir, no tiene cargos de gestión; cifra los datos personales de sus usuarios y los datos de sus tarjetas de crédito; y finalmente también ofrece ventajas para los alojamientos asociados. Esta página proporciona precios para todo tipo de alojamientos, ya sean “bed and breakfast” u hoteles de gran lujo. Recientemente Booking.com ha lanzado una página web llamada Villas.com que está especializada en alojamientos independientes.

En el caso de Booking.com las variables que se han utilizado han sido las siguientes:

- Puntos: el número de puntos o puntuación del alojamiento en Booking.com, en este caso la puntuación puede estar entre 0 y 10 puntos.
- Datos filiación: si aparecen los datos de filiación del hotel.
- Número de opiniones: número de opiniones de los usuarios acerca del alojamiento en Booking.com.

CAPÍTULO 4 ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN ON- LINE DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO

4.1. MUESTRA

Tras realizar un estudio acerca de la reputación online de la oferta hotelera de las estaciones de esquí de España, las estaciones de esquí alpino en concreto, hemos obtenido alguna información importante al igual que nos hemos encontrado con una serie de problemas.

En nuestra muestra se puede ver que existen 86 alojamientos hoteleros en las estaciones de esquí de España, teniendo en cuenta que estos alojamientos se encuentran dentro de la estación y no en sus intermediaciones, donde también se podría encontrar un gran número de plazas hoteleras. En nuestro caso como hemos dicho sólo nos hemos centrado en los alojamientos que se encuentran en el interior de las estaciones de esquí alpino de la península.

Las tres estaciones con mayor extensión, de mayor a menor, son: Aramón Formigal-Panticosa, Baqueira Beret y Sierra Nevada, con 176, 150 y 106,8 kilómetros esquiables respectivamente. Estas estaciones se encuentran en las zonas del Pirineo Aragonés, Pirineo Catalán y el Sistema Penibético.

A su vez, dos de las estaciones con mayor extensión son las que tienen los precios más altos y un mayor número de escuelas de esquí, Sierra Nevada y Baqueira Beret. Siendo la que ofrece el forfait a un precio más bajo la estación de Leitariegos, una de las que posee menor extensión, 7 kilómetros esquiables exactamente.

Las estaciones, distribuidas por zonas, que poseen oferta hotelera en su interior son las siguientes:

- **Cordillera Cantábrica**

- Alto Campoo

- Leitariegos

- Manzaneda

- San Isidro

- **Pirineo Catalán**

- Baqueira Beret

- Boí Taüll Resort

- La Molina

- Port Ainé

Vall de Núria

Masella

Port del Comte

- **Pirineo Aragonés**

Candanchú

Formigal-Panticosa

- **Sistema Central**

La Pinilla

-**Sistema Penibético**

Sierra Nevada

Hablando en términos generales, el total de alojamientos de las estaciones de esquí de España distribuidos según categoría sería como el siguiente gráfico:

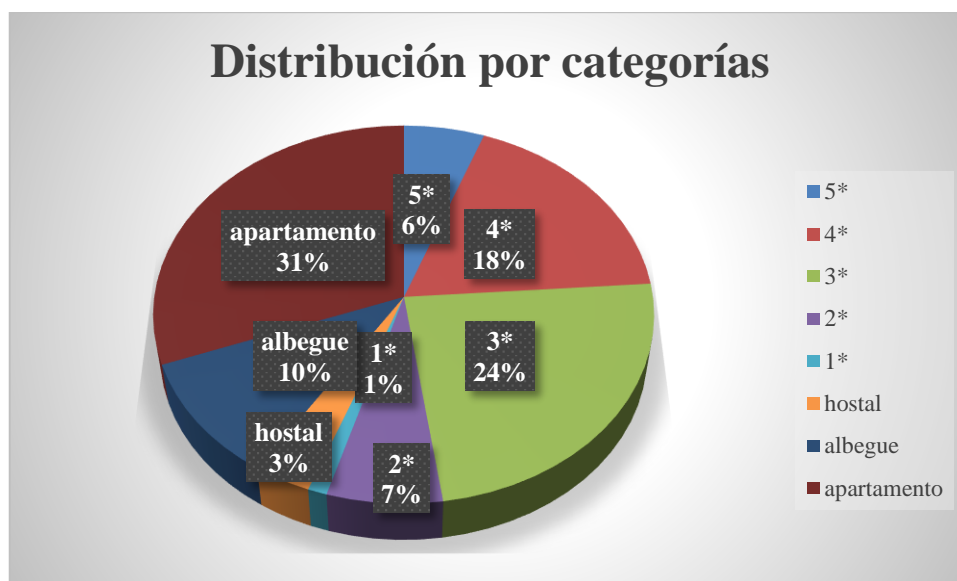


Gráfico 17: Distribución en porcentajes de los tipos de alojamientos, según categoría.
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el gráfico, el porcentaje mayor, un 31%, pertenece a la categoría de apartamentos, seguido, con un 24%, por hoteles de 3***. Esto significa que la mayor parte de los visitantes de las estaciones de esquí prefieren alojarse en apartamentos, donde cuentan con recursos propios y donde el precio puede ser más bajo que el de los hoteles.

Mientras tanto, el porcentaje más bajo pertenece a los hoteles de 1*, con un 1%. Esto se debe a que dentro de la categoría de hoteles es el que tiene el

nivel más bajo, lo que hace que los visitantes prefieran elegir hoteles de mayor categoría.

4.1.1. Problemas en la realización de la muestra

Como decía anteriormente, a la vez que se ha realizado este estudio se han encontrado una serie de problemas, tanto para mí a la hora de realizarlo como para las estaciones en sí.

El principal problema ha sido la falta de información de muchas de las estaciones acerca de los alojamientos disponibles con los que cuentan, ya que en ATUDEM por ejemplo aparece el número de plazas que posee cada estación pero no especifica qué alojamientos posee. Esto ha llevado a una búsqueda intensa de los alojamientos de cada estación. Búsqueda con dificultades por lo dicho anteriormente, la falta de información acerca de los alojamientos que se encuentran exactamente situados en las estaciones.

A la vez, este problema atrae otro problema pero para la estación de esquí, ya que la falta de información acerca de sus alojamientos puede hacer que los visitantes no se sientan atraídos o totalmente decididos por esta zona, o prefieran visitar estaciones que cuenten con un mayor número de alojamientos entre los que elegir.

Siguiendo con las estaciones, otro problema que puede existir para los clientes, por ejemplo en las estaciones de Boí Taüll o Manzaneda, es que sólo existe la posibilidad de realizar reservas en los establecimientos de la estación a través de la propia página web de la estación. Es decir, a la hora de búsqueda de alojamientos en páginas web como las usadas como herramientas en este estudio, no encontrarán muchos de los alojamientos de algunas estaciones, lo que dificultará la reserva e incluso la visita a esas estaciones, por falta de información o por no sentirse seguros al no tener ninguna otra referencia.

Otro de los problemas, en concreto con albergues y apartamentos, es la falta de distribución por canales online para así obtener un aumento de clientes. Con esto nos referimos a que la mayoría de las empresas de alquiler de apartamentos y la mayoría de los albergues no aparecen en las herramientas que hemos utilizado para poder medir la reputación online. Estos alojamientos simplemente se basan en distribuirse a través de su propia página web, lo que hace más difícil e incluso a veces imposible medir su reputación online.

Algunos hoteles en sus páginas web o algunas estaciones carecen de algún tipo de información en concreto. Así como en estaciones no muy visitadas algunos de sus hoteles cierran sus puertas una vez terminada la temporada de invierno, lo que también ha hecho que no haya sido posible ponerse en contacto con ellos para obtener más información. A la vez que es imposible para mí la puesta en contacto también lo es para los futuros clientes, que no tendrán medios para obtener información más precisa acerca de su próxima visita.

4.2. RESULTADOS DE LA MUESTRA

4.2.1. Datos de las estaciones

A continuación, vamos a exponer las comparaciones y datos más relevantes que hemos obtenido de la tabla realizada por mí mediante la Metodología Caro 2016 acerca de la oferta hotelera de las estaciones de esquí alpino de la península.

Baqueira Beret

En la estación de Baqueira Beret podemos ver cómo según los datos de TripAdvisor el alojamiento turístico que mayor puntuación tiene coincide en varios alojamientos. Con una puntuación de 4,5 sobre 5 estrellas aparecen: Hotel Chalet Bassibe, Rafael Hotels by La Pleta, Hotel Meliá Royal Tanau y Hotel Val de Neu GL. De estos hoteles aparecen dos en primera posición de la zona, siendo éstos el Hotel Chalet Bassibe que estaría en 1º posición de 8 hoteles y Rafael Hotels by La Pleta, en 1º posición de 10 hoteles.

El alojamiento que contaría con menor puntuación son los apartamentos Solneu. Habría que tener en cuenta que en esta estación existen tres alojamientos que no aparecen en la página de TripAdvisor, es decir, no se podrían puntuar ni tener en cuenta, estos son: Apartamentos Baqueira Beret, Apartamentos Val de Ruda y Apartamentos Totiarán.

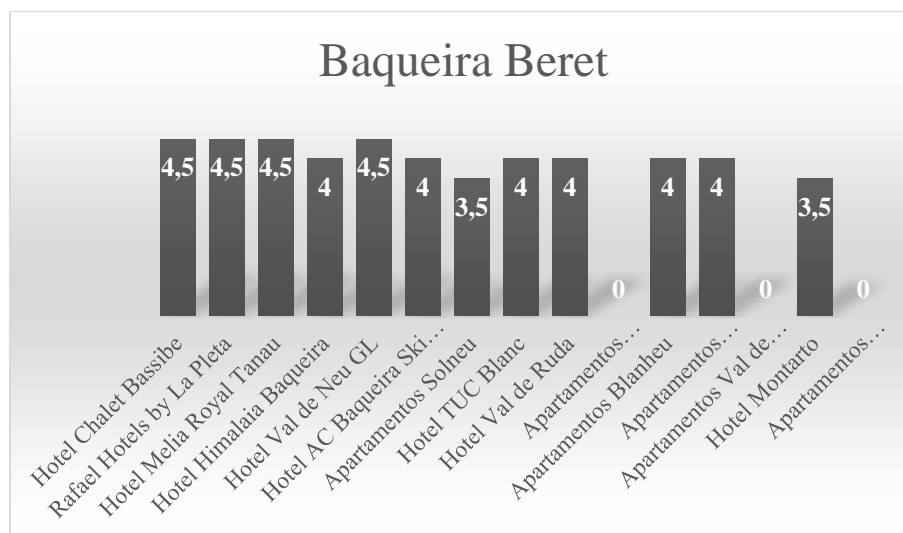


Gráfico 18: Puntuación alojamientos Baqueira Beret en TripAdvisor.
Fuente: Elaboración propia.

Según los datos de Facebook las puntuaciones cambian. En este caso los alojamientos con la mayor puntuación, teniendo un 5 sobre 5 estrellas, serían: Meliá Royal Tanau, Hotel Himalaia Baqueira y Hotel Val de Neu GL. En estos tres casos existen páginas de Facebook de los hoteles pero no son páginas

oficiales y el número de comentarios, es decir, clientes que han puntuado estos hoteles, es muy bajo en los tres casos.

El alojamiento con mayor número de seguidores en Facebook son los apartamentos Baqueira Beret, con 4820 seguidores y una puntuación de 4,2. El segundo alojamiento con mayor número de seguidores es Rafael Hotels by La Pleta, con 1974 seguidores y 4,3 puntos.

Por otro lado el Hotel Chalet Bassibe, sería el 4º alojamiento mejor puntuado, con 4,9 puntos y 14 opiniones, siendo esta página de Facebook oficial y activa actualmente.

En el caso de Facebook existe un mayor número de alojamientos que no poseen puntuación o que su página de Facebook no es oficial. Algunos de ellos son Apartamentos Solneu, Apartamentos Blanheu y Apartamentos Val de Ruda.

Continuamos con Google Plus. Es un poco menos usual que los anteriores y esto queda reflejado en los datos que hemos obtenido de sus variables.

Los alojamientos con mayor puntuación se repiten: Rafael Hotels by La Pleta y Meliá Royal Tanau, ambos con 4,5 puntos sobre 5. La diferencia que existe entre ellos es que Rafael Hotels By La Pleta no posee ninguna reseña mientras que Meliá Royal Tanau cuenta con 5 reseñas. En este caso el alojamiento que posee una menor puntuación sería el Hotel Montarto, de 4*, que posee 4,1 puntos sobre 5.

En el caso de Google Plus también existen alojamientos que no aparecen como pueden ser Apartamentos Blanheu, Apartamentos Multibaqueira o Apartamentos Val de Ruda.

Finalizamos con Baqueira Beret con su aparición en Booking.com.

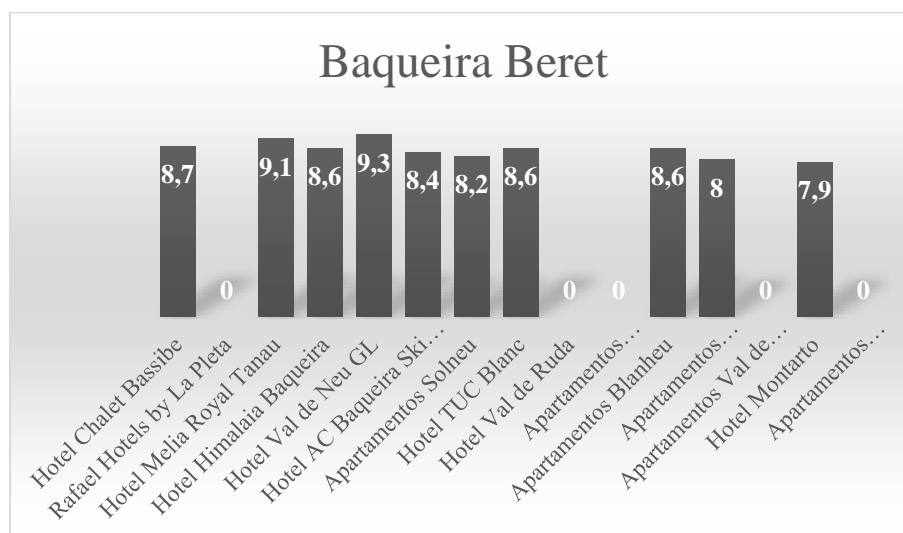


Gráfico 19: Puntuación alojamientos de Baqueira Beret en Booking.com.
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos son muy parecidos a los anteriores, quedando en primera posición el hotel Val de Neu GL con 9,3 puntos sobre 10 y un total de

186 opiniones. Se encuentra seguido de Rafael Hotels by La Pleta y Meliá Royal Tanau.

En el caso de Booking.com, el alojamiento que posee una menor puntuación es el Hotel Montarto con 7,9 puntos y 207 opiniones.

Aquí encontramos el mismo problema que en los anteriores, existen alojamientos que no poseen perfil en la página de Booking.com como pueden ser: Hotel Val de Ruda, Apartamentos Baqueira Beret y Apartamentos Totiaran.

Port Ainé

En la estación de Port Ainé sólo encontramos un tipo de alojamiento turístico que se trata del Hotel Port Ainé 2000, de 3*.

El Hotel Port Ainé 2000 aparece en TripAdvisor con una puntuación de 3,5 estrellas sobre 5 y un total de 36 opiniones, siendo el 1º y único en esta zona.

En el caso de Facebook la página que existe del Hotel Port Ainé no es una página oficial, en este caso tendría una puntuación de 4 puntos basados en 3 comentarios.

Este hotel tampoco tendría presencia en Google Plus, no existiendo una página del hotel, ni puntuación, ni reseñas acerca de él.

Finalizando por Booking.com, el hotel Port Ainé 2000 tendría una puntuación de 7,6 puntos basados en 34 comentarios.

Port del Comte

En esta estación, como se puede observar en la tabla, predominan los alojamientos de menor calidad, existiendo así dos albergues, dos hoteles de 2* y uno de 1*.

Comenzando por TripAdvisor, como en las estaciones anteriores, se puede observar que ambos albergues no aparecen en esta página web que hemos utilizado como herramienta.

En los tres alojamientos restantes destaca el Hotel Restaurant Golf Natura con una puntuación de 4,5 sobre 5 y 13 comentarios, seguido del Hotel Sehrs Ski Port del Comte con 4 puntos y 39 opiniones. Con menor puntuación estaría el Hotel Restaurant L'avet, que posee 1* y 3,5 puntos.

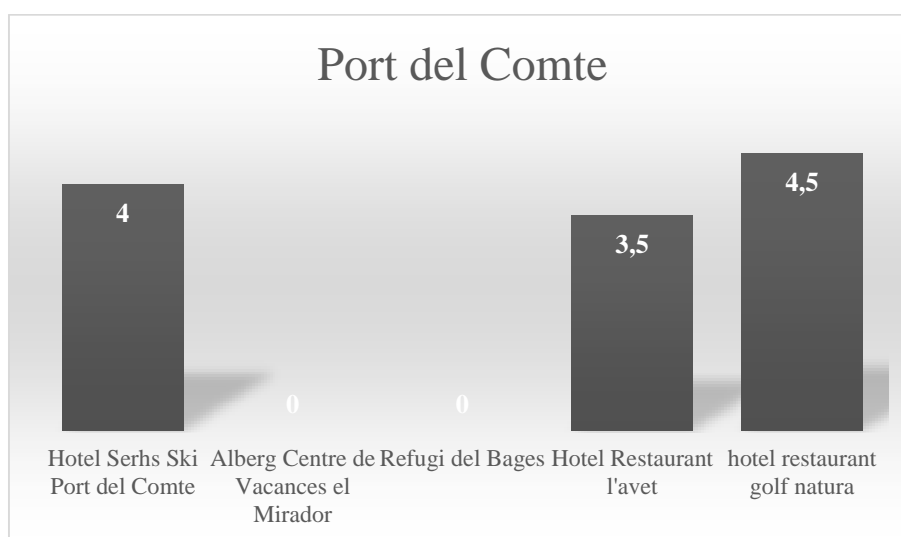


Gráfico 20: Puntuación alojamientos Port del Comte en TripAdvisor.
Fuente: Elaboración propia

En Facebook el único de los alojamientos de esta estación que posee página oficial es el Hotel Serhs Ski Port del Comte, que es a la vez uno de los dos alojamientos que poseen una mayor puntuación en esta red social, con 5 de 5 puntos, junto con el Hotel Restaurant Golf Natura, cuya página de Facebook no es oficial y solo posee un comentario. La menor puntuación sería de nuevo para el Hotel Restaurant L'avet.

Respecto a Google Plus el hotel que cuenta con la mayor puntuación de esta estación es, como anteriormente, el Hotel Serhs Ski Port del Comte, con 4,4 puntos y 6 reseñas. También se puede observar en la tabla que el alojamiento Alberg Centre de Vacances El Mirador no posee puntuación alguna al igual que el albergue Refugi del Bages, este último tampoco cuenta con perfil en Google Plus, al igual que tampoco lo tiene el Hotel Restaurant L'avet.

En Booking.com cambia el ranking, siendo el hotel con mayor puntuación el Hotel Restaurant L'avet con 8,9 puntos sobre 10 y 65 opiniones, seguido del Hotel Sehrs Ski Port del Comte, con 8,4 puntos y 70 opiniones. El resto de alojamientos citados anteriormente no cuentan con perfil en Booking.com.

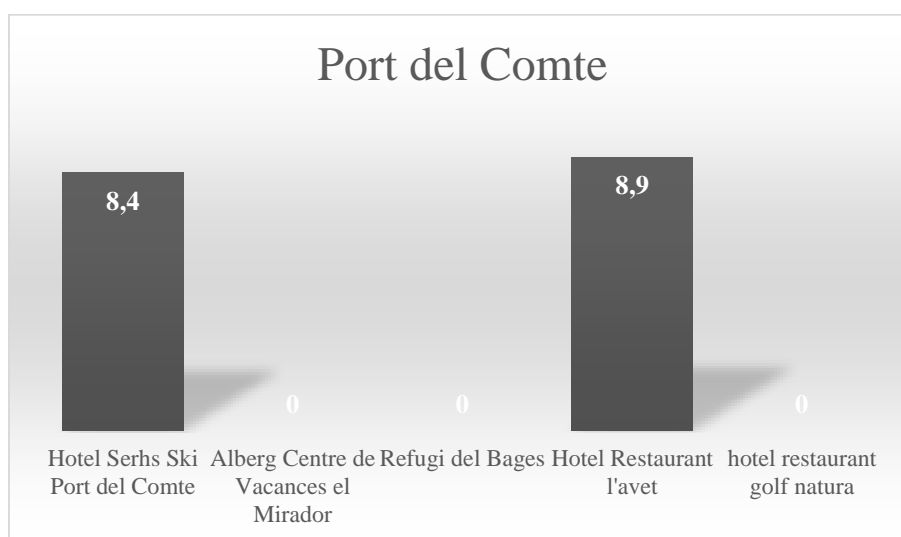


Gráfico 21: Puntuación alojamientos Port del Comte en Booking.com
Fuente: Elaboración propia

Masella

La estación de esquí de Masella cuenta con 3 alojamientos turísticos: Alp Hotel Masella (hotel de 3*), Abrigal Masella (albergue) y Masella 1600 residencial (oficina de apartamentos).

En TripAdvisor podemos observar que no existe perfil de los apartamentos y que Abrigal Masella es el que tiene una puntuación más alta con 4,5 puntos y 7 opiniones, contando Alp Hotel Masella con 3,5 puntos y 109 opiniones. Respecto a las posiciones Alp Hotel se sitúa en séptima posición y Abrigal Masella en sexta posición de 15 alojamientos que existen en la zona de Masella.

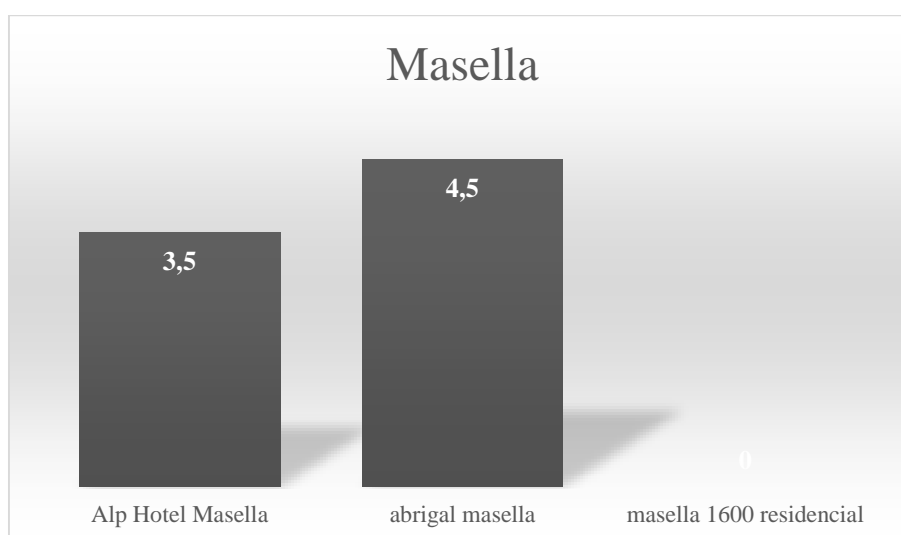


Gráfico 22: Puntuación alojamientos Masella en TripAdvisor
Fuente: Elaboración propia

En esta estación las páginas de Facebook de sus alojamientos no cuentan ninguna con puntuación por parte de los clientes, contando solo Alp Hotel

Masella y Masella 1600 Residencial con páginas activas, con 1251 y 8 seguidores respectivamente.

Respecto a Google Plus el único alojamiento de esta estación que cuenta con un perfil en esta página es Alp Hotel Masella que cuenta con 4,6 puntos de 5 y 32 reseñas en Google.

Al igual que en Google Plus, en Booking.com el único alojamiento que cuenta con perfil en esta página es Alp Hotel Masella, con 7,7 puntos sobre 10 y 160 opiniones.

Candanchú

La estación de esquí alpino Candanchú cuenta con tres hoteles de 3*: Hotel Edelweiss, Hotel Candanchú y Hotel Tobazo; dos albergues: Albergue El Águila y Albergue Valle del Aragón; y apartamentos: Apartamentos Edificio Leyre.

En TripAdvisor la primera posición la ocupan el Albergue Valle del Aragón y los Apartamentos Edificio Leyre, con 5 estrellas cada uno y 11 y 6 opiniones respectivamente. El Albergue Valle del Aragón ocupa la 1ª posición de 9 alojamientos de este tipo en la zona mientras que los Apartamentos Edificio Leyre ocupan la segunda posición.

Respecto a los otros cuatro alojamientos tanto el Hotel Edelweiss como el Hotel Candanchú cuentan con 4,5 estrellas y ocupan la segunda y la primera posición sobre 3 alojamientos de ese tipo, ocupando el tercer puesto el Hotel Tobazo, con 4 puntos.

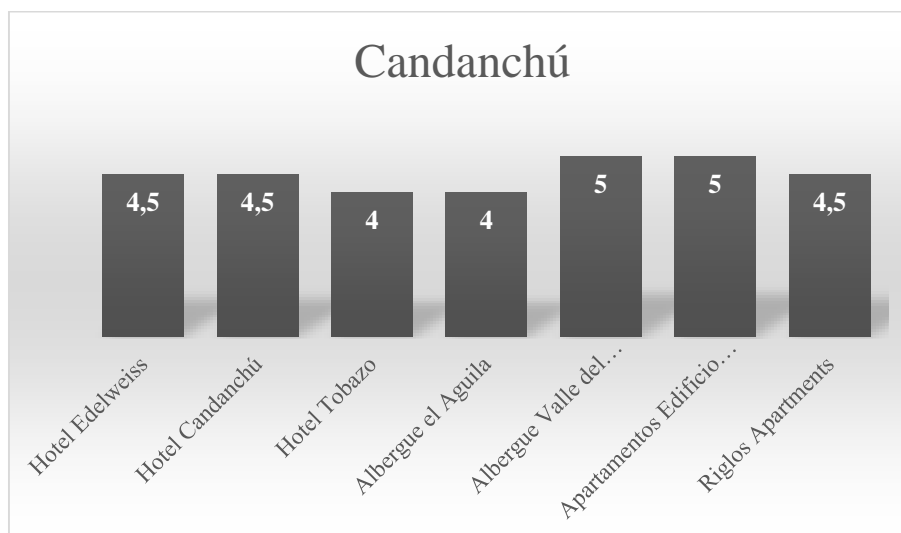


Gráfico 23: Puntuación alojamientos Candanchú en TripAdvisor
Fuente: Elaboración propia

En Facebook todos los alojamientos, excepto los Apartamentos Edificio Leyre, cuentan con páginas activas. El único problema de estos alojamientos con respecto a Facebook es que los únicos que cuentan con puntuación son el Hotel

Tobazo con 4,9 puntos y 8 comentarios y el Albergue Valle del Aragón con 4,7 puntos y 35 comentarios.

El mayor número de seguidores lo posee el Hotel Candanchú, con 1916 seguidores, seguido del Hotel Edelweiss, con 1663 seguidores.

En Google Plus sucede lo mismo que anteriormente, existen alojamientos sin perfil o sin puntuación en esta página como pueden ser el Hotel Edelweiss, que no posee perfil pero sí puntuación, o los Apartamentos Edificio Leyre o Apartamentos Riglos, que no poseen ni perfil ni puntuación. En esta página los alojamientos que se encuentran en primera posición respecto a puntuaciones son el Hotel Edelweiss y el Hotel Candanchú, ambos con 4,3 puntos. Sin puntuación se quedarían, como hemos dicho anteriormente, los Apartamentos Edificio Leyre y también el Albergue El Águila y el Albergue Valle del Aragón.

En Booking.com, vuelve a suceder lo habitual, ambos albergues no tienen puntuación. El Albergue El Águila sí que aparece pero sin opiniones ni puntuación y el Albergue Valle del Aragón no aparece en esta página. El alojamiento con la mayor puntuación es el Hotel Candanchú con 8,8 puntos y 278 opiniones y el que posee la menor puntuación es Apartamentos Riglos con 7,2 puntos y 51 opiniones.

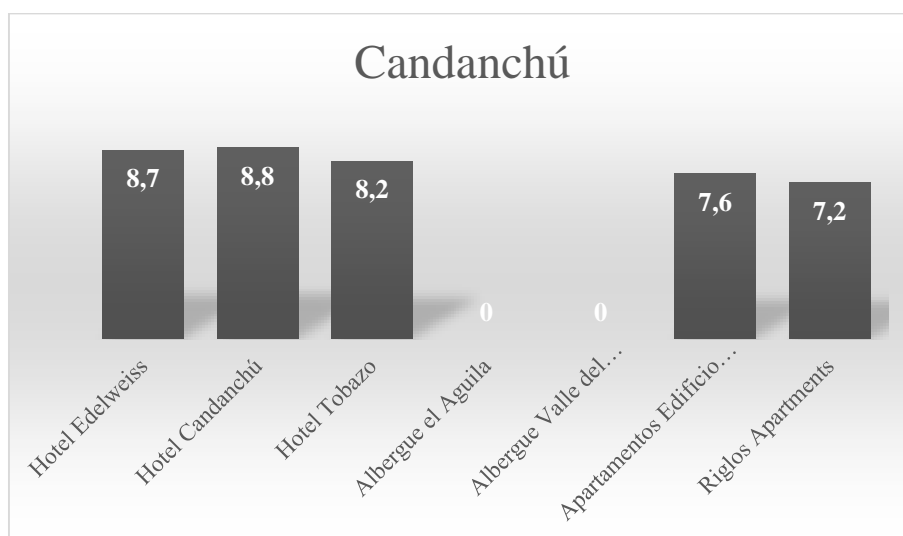


Gráfico 24: Puntuación alojamientos Candanchú en Booking.com
Fuente: Elaboración propia

Vall de Núria

La estación de Val de Nuria posee un hotel de 3*, un albergue y una empresa de apartamentos.

En TripAdvisor los Apartamentos Vall de Nuria no poseen perfil ni hay información acerca de ellos. Los que sí que aparecen son el Hotel Vall de Nuria y el Albergue Pic de L'Aliga, ambos con 3,5 estrellas sobre 5 y ambos, obviamente, en 1º posición de 1 alojamiento en sus categorías.

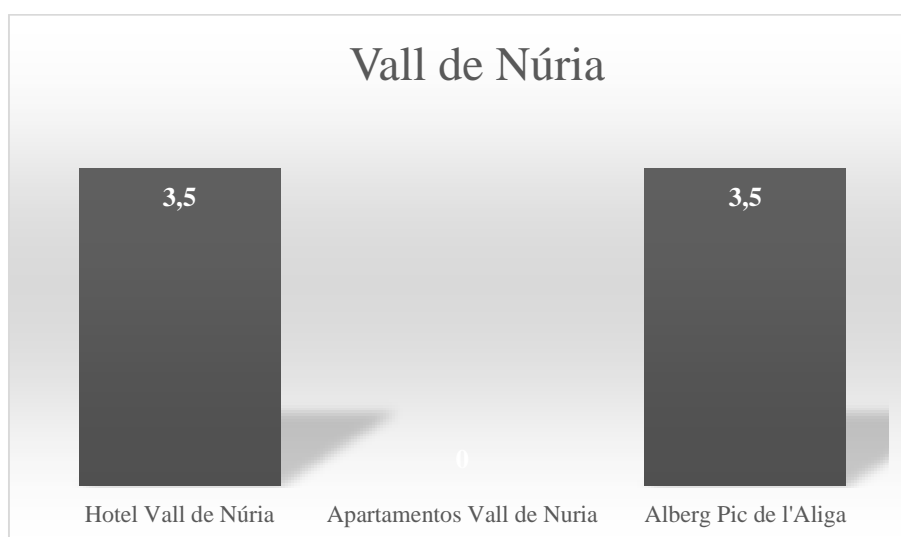


Gráfico 25: Puntuación alojamientos Vall de Núria en TripAdvisor
Fuente: Elaboración propia.

Los alojamientos de Vall de Nuria no tienen gran presencia en Facebook, ya que no existe página de los apartamentos y los otros dos alojamientos sus páginas de Facebook no son oficiales. Las puntuaciones serían: 3 estrellas el Hotel Vall de Nuria y 4,6 estrellas el albergue Pic de L'Aliga.

En Google Plus el único alojamiento que cuenta con perfil es el Alberg Pic de L'Aliga, que tiene una puntuación de 4,5 y 19 reseñas. El Hotel Vall de Nuria no cuenta con perfil pero sí posee puntuación y reseñas en Google, tiene 4 puntos y 36 reseñas.

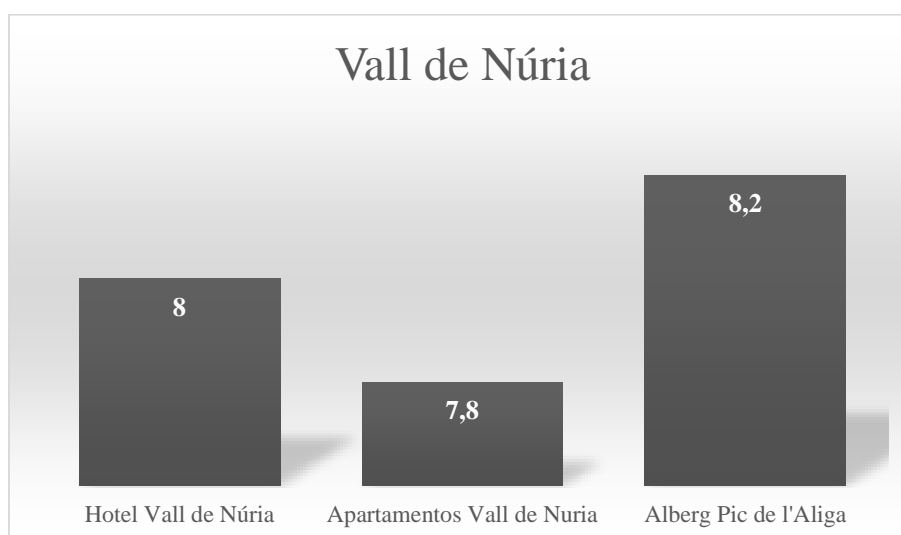


Gráfico 26: Puntuación alojamientos Vall de Núria en Booking.com
Fuente: Elaboración propia

En Booking.com el alojamiento con la máxima puntuación vuelve a ser el Alberg Pic de L'Aliga, con 8,2 puntos y 116 opiniones, el que posee la menor puntuación son los Apartamentos Vall de Nuria con 7,8 puntos y 101 opiniones.

Formigal - Panticosa

Formigal-Panticosa es una de las estaciones que cuenta con un mayor número de alojamientos turísticos y destaca porque su mayoría son alojamientos de mayor calidad. Cuenta con cuatro hoteles de 4*, dos de 3*, un hotel que está dividido en un parte de 3* y otra de 4*, un hotel de 2* y una empresa de apartamentos.

En TripAdvisor destacan el Hotel Villa de Sallent con 4,5 puntos y situado en 1º posición de 14 alojamientos de este tipo, y el Hotel Saboccos, situado en Panticosa, con 4,5 puntos, 39 opiniones y el 1º de 6 alojamientos de esta categoría en Panticosa.

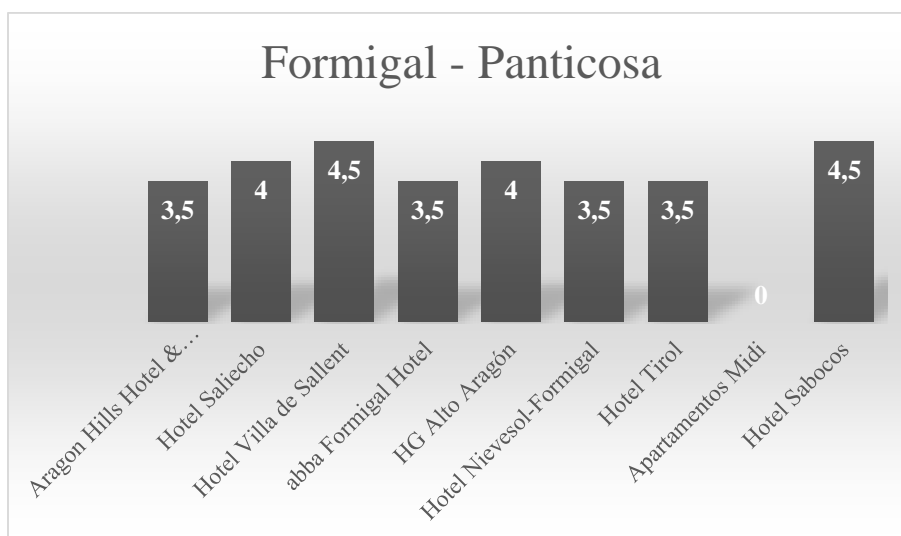


Gráfico 27: Puntuación alojamientos Formigal-Panticosa en TripAdvisor
Fuente: Elaboración propia

En Facebook el alojamiento con la mayor puntuación, 5 estrellas, es el Aragón Hills Hotel & Spa, que cuenta también con 737 seguidores. El alojamiento que posee la mínima puntuación en este caso sería el Hotel Nievesol-Formigal, con 3,3 estrellas, aunque su página de Facebook no es página oficial.

En esta estación todos los alojamientos poseen perfil en Google Plus, a diferencia de las estaciones anteriores.

El alojamiento con la mayor puntuación es el Hotel Saliecho, con 4,8 puntos y 9 reseñas. El alojamiento con la menor puntuación en este caso está entre tres, que serían: Apartamentos Midi, Hotel Nievesol-Formigal y Abba Formigal Hotel, con 3,9 puntos cada uno. El Hotel Saboccos aunque posee perfil no posee puntuación ni reseñas.

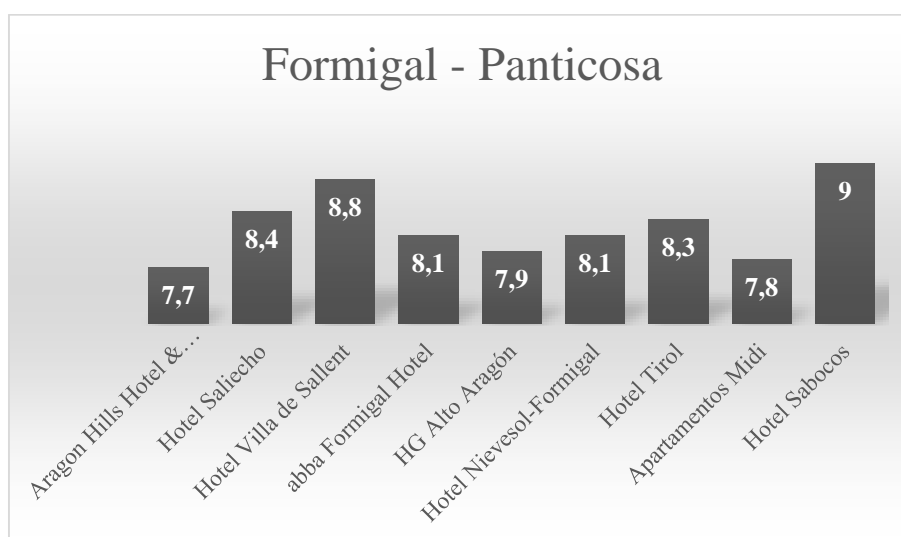


Gráfico 28: Puntuación alojamientos Formigal – Panticosa en Booking.com
Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en Booking.com el alojamiento de la estación de Formigal-Panticosa con mayor puntuación es el Hotel Saboccos, que se encuentra en Panticosa, que tiene 9 puntos y un total de 81 opiniones. En este caso el que posee la menor puntuación es Aragón Hills Hotel & Spa, con 7,7 puntos y 623 opiniones.

Alto Campoo

Alto Campoo sólo cuenta con dos alojamientos: un hotel de 3* y un albergue.

El albergue, Albergue Agosti, no cuenta con perfil en ninguna de las páginas que hemos utilizado como herramientas para medir la reputación online. En este caso el Hotel La Corza Blanca sería el único con puntuación.

En TripAdvisor La corza Blanca cuenta con 2,5 puntos y se encuentra en 3º posición de los tres alojamientos que se encuentran en toda la zona.

En Facebook existe página de este hotel pero no es oficial ni posee datos de filiación; en Google Plus este hotel no posee perfil y lo único con lo que cuenta en Google es con 2 reseñas; y finalmente es en Booking.com donde cuenta con una mayor puntuación, obteniendo 7,4 puntos y 88 opiniones.

Se podría decir que la oferta hotelera de esta estación, además de ser escasa, no cuenta con una buena reputación por parte de sus clientes.

San Isidro

La estación de San Isidro se podría decir que su oferta hotelera se limita a apartamentos turísticos, ya que cuenta con tres empresas de apartamentos y un hostel.

En TripAdvisor los apartamentos San Isidro y los apartamentos Toneo no tienen perfil, es decir, no cuentan con puntuación para poder ver su reputación.

Sin embargo el Hostal Pico Agujas y los apartamentos Reservas León sí cuentan con perfil y ambos tienen una puntuación de 3,5 estrellas sobre 5, con 9 y 4 opiniones respectivamente. Ambos ocupan la 1ª posición respecto a alojamientos del mismo tipo en esta zona.

En Facebook continúa pasando lo mismo, los únicos que cuentan con página son el Hostal Pico Agujas y apartamentos Reservas León. En este caso el Hostal Pico Agujas no cuenta con puntuación ni comentarios por parte de los clientes. Apartamentos Reservas León está puntuado con 5 puntos sobre 5, contando tan solo con una opinión.

Como ocurría anteriormente Google Plus parece ser la herramienta menos usada por los alojamientos turísticos. En el caso de la Estación de San Isidro únicamente cuentan con perfil en esta red el Hostal Pico Agujas y los apartamentos San Isidro, aunque ninguno de ellos haya obtenido alguna reseña o algún tipo de puntuación.

En el caso de Booking.com, sólo uno de los cuatro alojamientos turísticos de esta estación aparece en esta página web, siendo éste apartamentos Reservas León, que cuenta con 5,3 puntos y 11 comentarios.

Manzaneda

La estación de Manzaneda cuenta únicamente con un resort de apartamentos.

El problema de esta estación es, además de contar únicamente con un tipo de alojamiento turístico, es que este alojamiento no cuenta con perfil en ninguna de las páginas web que se han usado como herramientas para este estudio. Únicamente se puede decir que cuenta con perfil en TripAdvisor pero no cuenta con una puntuación ni con opiniones. Es decir, la única forma de saber acerca de este alojamiento es a través de la página web de la propia estación.

Leitariegos

Leitariegos, al ser una de las estaciones de esquí alpino más pequeñas y con menos kilómetros esquiables únicamente cuenta con un albergue, Albergue Octavio Álvarez Carballo. Este albergue se puede decir que tiene presencia en las páginas utilizadas para el estudio.

En TripAdvisor cuenta con una puntuación de 3 estrellas sobre 5 y 2 opiniones al respecto. Se encontraría en la 2ª posición de un total de 3 alojamientos de este tipo en toda la zona.

En Facebook cuenta con página oficial y aparecen todos sus datos en ésta página. Está puntuado por 10 comentarios con 5 estrellas y cuenta con 392 seguidores.

Siguiendo con Google Plus, este alojamiento cuenta con perfil en esta página pero no cuenta con puntuación o reseñas.

Finalmente en Booking.com estaría puntuado con 7,1 puntos.

La Pinilla

La estación de La Pinilla posee también una reducida oferta hotelera en su interior. Su oferta hotelera está formada por el albergue La Pinilla y el hostel La Pinilla. En este caso esta estación cuenta con un mayor número de kilómetros esquiables que la estación anteriormente citada.

El problema con la oferta hotelera de esta estación y el estudio de su reputación es que no existen perfiles en las páginas web que hemos utilizado. Es decir, la única posibilidad de obtener información o de realizar reservas en estos alojamientos es mediante la página web de la estación de La Pinilla.

La Molina

La oferta hotelera de La Molina está compuesta por dos hoteles de 4*, cuatro de 3* y dos establecimientos de apartamentos.

En TripAdvisor la puntuación más alta está dividida entre Amorettes Hotel, Hotel Adsera y Apartaments Gran Vall. Estos tres establecimientos tienen 4,5 estrellas sobre 5. Sin embargo el alojamiento que se encuentra en la primera posición de un ránking de 10 establecimientos en esta zona es el Hotel HG La Molina, que tiene una puntuación de 4 puntos pero posee un mayor número de opiniones, 177 opiniones en total. El alojamiento con la menor puntuación en esta estación y en esta página web es el Hotel Supermolina con 3 puntos.

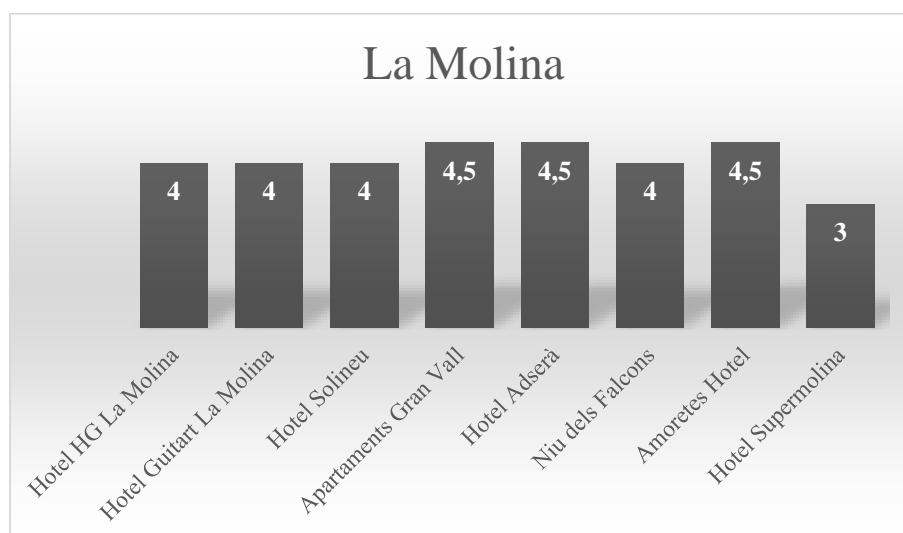


Gráfico 29: Puntuación alojamientos La Molina en TripAdvisor
Fuente: Elaboración propia.

En Facebook siguen existiendo algunos alojamientos que no cuentan con página oficial, en el caso de esta estación son el Hotel Supermolina y el Hotel HG La Molina, pero sí han obtenido puntuación.

En esta red los alojamientos que poseen la máxima puntuación son dos: Hotel HG La Molina y Hotel Solineu. Ambos hoteles tienen una puntuación de 4,6 puntos.

El alojamiento que tiene el mayor número de seguidores es Hotel Guitart La Molina, con 1369 seguidores.

La puntuación más baja en Facebook de esta estación la obtendría Amorettes Hotel, con 4,2 puntos.

En Google Plus no todos los alojamientos están puntuados. De los que sí están puntuados el que obtiene la máxima puntuación es el Hotel HG La Molina, con 4,1 puntos y 27 reseñas. La menor puntuación es del Hotel Guitart La Molina, con 3,8 puntos.

Los alojamientos que no poseen puntuación serían: Apartaments Gran Vall, Niu dels Falcons y Hotel Supermolina, que sí cuentan con un perfil; y Amorettes Hotel, este establecimiento no posee perfil en Google Plus.

Los establecimientos de esta estación gozan de altas puntuaciones en Booking.com, siendo la máxima puntuación 9,2 puntos y que pertenece a Apartaments Gran Vall, con 216 comentarios. La segunda mayor puntuación son 8,8 puntos que obtiene Niu del Falcons. Es decir, las máximas puntuaciones las obtienen los apartamentos. La mínima puntuación es para el Hotel Supermolina, con 7,5 puntos.

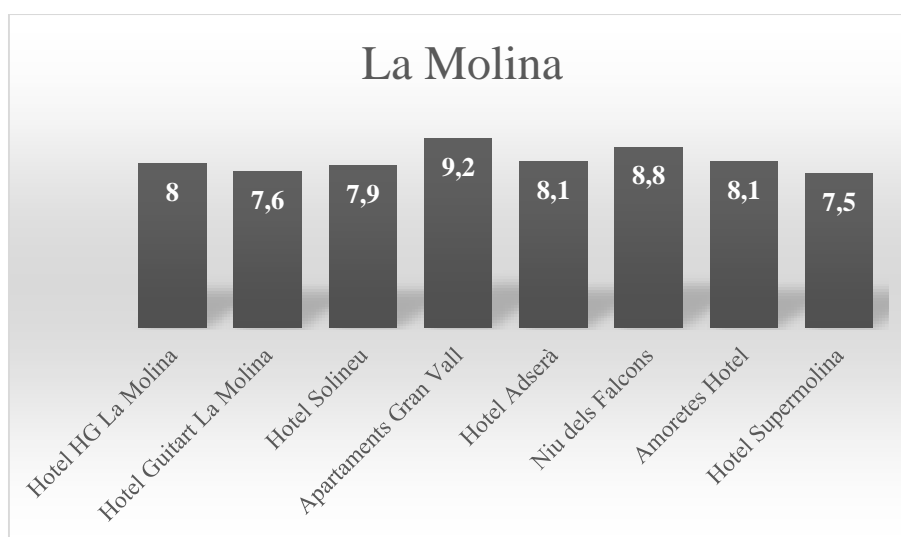


Gráfico 30: Puntuación alojamientos La Molina en Booking.com
Fuente: Elaboración propia

Sierra Nevada

Esta es la estación de esquí alpino con el mayor número de oferta hotelera.

Sierra Nevada cuenta en su interior con un hostel, siete establecimientos de apartamentos turísticos, un albergue, dos hoteles de 2*, cuatro de 3*, cuatro

de 4* y uno de 5*. Esto se debe al gran número de kilómetros esquiables y a la extensión de esta estación.

En TripAdvisor son pocos los alojamientos que no tienen un perfil, estos son: Hotel Nevasur, Apartamentos Bulgaria, Apartamentos Hábitat y Apartamentos GHM Gorbea. El alojamiento con la máxima puntuación en TripAdvisor son los apartamentos Inside Plaza Sierra Nevada, con 4,5 puntos y 127 opiniones, aunque no se sitúa en la primera posición del ranking, quedando en el tercer puesto. Delante de estos apartamentos se encontrarían en segunda posición el Hotel Meliá Sol y Nieve y en primera posición el Hotel Meliá Sierra Nevada, ambos puntuados con 4 estrellas. El alojamiento con la menor puntuación es el Hostal El Ciervo, con 2,5 puntos y 52 opiniones. Este hostal se encuentra en la 5ª posición de 7 alojamientos de este tipo en la zona.

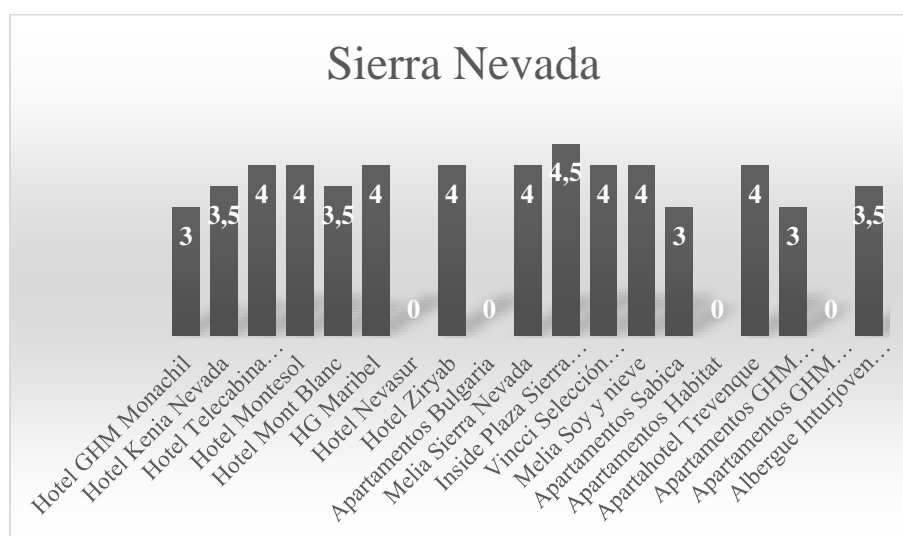


Gráfico 31: Puntuación alojamientos Sierra Nevada en TripAdvisor
Fuente: Elaboración propia

La mayoría de alojamientos de Sierra Nevada no poseen página en Facebook o ésta no es oficial. El alojamiento con el mayor número de seguidores coincide en ser también el que ha obtenido la mayor puntuación, este es Apartamentos Hábitat, con 5 puntos en total y 2207 seguidores. Seguido de Apartamentos Hábitat se encuentra Inside Plaza Sierra Nevada con 4,9 puntos. La menor puntuación es del Hotel Nevasur y el Hotel Telecabina Montana, ambos con 3,1 puntos.

En Google Plus la mayor puntuación pertenece, al contrario que en Facebook, al Hotel Telecabina Montana y al Hotel HG Maribel, ambos con 4,4 puntos. La menor puntuación es del Hostal El Ciervo, siendo ésta 3.2 puntos.

Como anteriormente, existen establecimientos de los que no existe perfil en esta página o los cuales no están puntuados debido a no contar con reseñas o estas ser escasas.

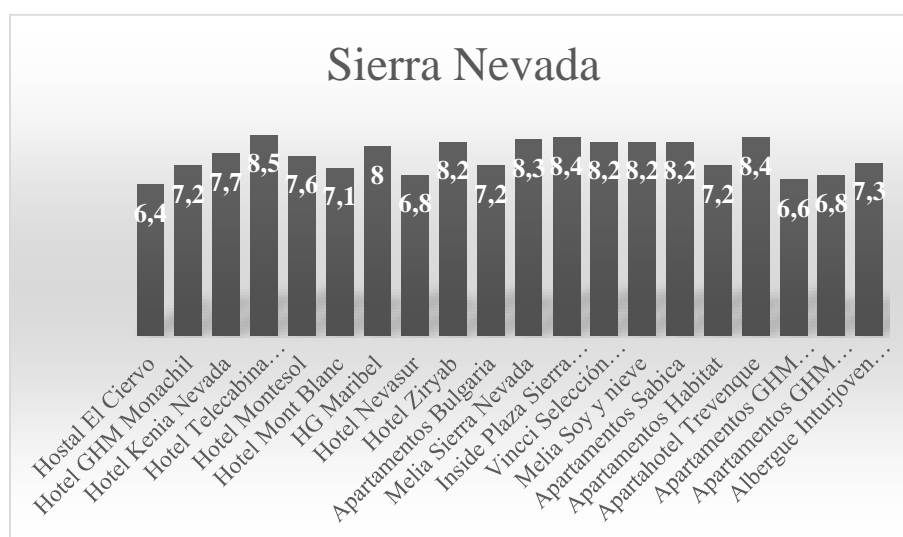


Gráfico 32: Puntuación alojamientos Sierra Nevada en Booking.com
Fuente: Elaboración propia

En Booking.com sí que cuentan todos los alojamientos turísticos de esta estación con un perfil. En este caso el establecimiento con la mayor puntuación es el Hotel Telecabina Montarto, como ocurría en la anterior herramienta, obteniendo 8.5 puntos y teniendo 306 opiniones en total. La menor puntuación pertenece al Hostal El Ciervo nuevamente, con 6.4 puntos.

Boí Taüll

La oferta hotelera de Boí Taüll está formada por un hotel de 4*, dos de 3*, uno de 2* y dos establecimientos de apartamentos. Toda la oferta hotelera aparece en la página web de la estación de esquí, ya que ninguno de estos establecimientos tiene una página web propia.

En TripAdvisor sus puntuaciones no son muy altas, siendo la más alta 3.5 estrellas sobre 5 que pertenece a Residencial La Solana y al Hotel Augusta, de 4*. La puntuación mínima son 2 estrellas y es para el Hotel Taüll que se encuentra en sexta posición de 6 establecimientos de la misma categoría en la zona.

En Facebook no hay presencia de ninguno de los alojamientos de esta estación, al igual en que Google Plus, que el único establecimiento con perfil es el Hotel Boí Taüll Resort con una puntuación de 4,1 estrellas y 17 reseñas.

En Booking.com la presencia de estos establecimientos también es nula por lo que es prácticamente imposible medir la reputación online de estos establecimientos al no aparecer en las herramientas que han sido utilizadas.

4.2.2. Resumen general de la muestra

Las estaciones que cuentan con el mayor número de alojamientos turísticos y de mayor categoría de la península son Baqueira Beret y Sierra Nevada. Estas a su vez son unas de las que poseen un gran número de recursos

e instalaciones en su interior, lo que hace que también las zonas en las que se encuentran sean unas de las más visitadas de la península.

Como resumen, podríamos decir que los alojamientos de las estaciones de Boí Taüll, San Isidro, La Pinilla y Alto Campoo son las que tienen menos presencia en las páginas web utilizadas para medir la reputación online de los alojamientos. Mientras que los que tienen mayor presencia son los alojamientos de las estaciones de Formigal-Panticosa y La Molina.

Realizando una media de las puntuaciones de los alojamientos por estación, en Booking.com la estación que tendría la puntuación más alta sería la estación de Formigal-Panticosa, seguida de La Molina. Esto también se debe principalmente, además de la buena puntuación que poseen sus alojamientos, a que todos los establecimientos de estas estaciones cuentan con un perfil en la página de Booking.com. La estación que se encontraría en el último lugar, en el caso de Booking.com, sería la estación de San Isidro. En este caso no contamos con las estaciones de Manzaneda y La Pinilla, ya que sus alojamientos no aparecen en esta página web.

En el caso de Booking.com el alojamiento que mayor número de comentarios tiene es el Hotel GHM Monachil de Sierra Nevada con 677 comentarios.

En el caso de TripAdvisor, las estaciones que obtienen las puntuaciones más altas son La Molina y Candanchú. Las puntuaciones más bajas son para Alto Campoo y San Isidro, sin tener en cuenta de nuevo a las estaciones de Manzaneda y La Pinilla que tampoco tendrían presencia en esta página web. En el caso de TripAdvisor el alojamiento que mayor número de comentarios tiene es el Hotel Meliá Sol y Nieve de Sierra Nevada con 498 opiniones.

Estas puntuaciones son relativas, debido a que hay estaciones que sólo poseen un alojamiento y obtienen una alta puntuación al realizar la media y otras que algunos de sus alojamientos no poseen perfil y hacen que la media de esa estación baje. Por este motivo no he realizado la media de las estaciones en las páginas de Facebook y Google Plus, porque la mayoría de establecimientos no cuentan con puntuación.

De Facebook y Google Plus podríamos obtener el alojamiento con mayor número de seguidores y reseñas, respectivamente. En Facebook los Apartamentos Baqueira Beret poseen el mayor número de seguidores, con 4820 seguidores. Mientras que en Google Plus el alojamiento con mayor número de reseñas es el Hotel Vall de Núria, con 36 reseñas.

4.3. VALORACIÓN PERSONAL

Desde mi punto de vista, existen estaciones que podrían mejorar tanto en recursos como en su oferta hotelera.

Existen zonas de la península en las que sus estaciones no son de gran tamaño y su desarrollo turístico es mínimo. En esos casos suelen aprovechar los alojamientos turísticos de los alrededores de la estación en vez de desarrollar la estación con recursos nuevos que atraigan a los turistas y hagan que estos turistas tengan preferencia por estas estaciones y no por otras que se encuentren a una distancia mayor.

En mi opinión, también serviría de mayor reclamo el poner a disposición de los visitantes esquí nocturno en un mayor número de estaciones, ya que actualmente esto sólo es posible en dos de las veintiocho estaciones de esquí alpino en las que se ha basado este estudio.

Algo que llama la atención también es que la estación que cuenta con el mayor número de kilómetros esquiables, Formigal-Panticosa, no cuenta en sus instalaciones con estadio de competición. Esto haría que esta estación tuviese un mayor número de visitas y que se pudiesen realizar en ella muchas más actividades deportivas. Al igual que su falta de cine, gimnasio o piscina, que podrían servir también de foco de atracción a visitantes estivales.

Lo mismo sucede con Sierra Nevada, que al ser una de la estaciones de mayor extensión carece de cine, piscina y servicio médico. Recursos que harían de ella una estación con un mayor número de visitantes de los que ya tiene.

La segunda estación de mayor extensión, en este caso, está dotada de los recursos más importantes. En esta estación podrían proponer obtener la Q de calidad turística para darle aún más prestigio.

Además de la falta de recursos, que es muy común en estaciones pequeñas, la oferta hotelera de algunas estaciones es escasa, así como también es escasa su presencia en páginas web, concretamente en las que han servido como herramientas en este estudio.

El gran problema al analizar la reputación online de la oferta hotelera de las estaciones de esquí alpino de España ha sido básicamente la falta de presencia de los alojamientos turísticos en las páginas web de reputación online utilizadas para este estudio. Lo que ha hecho que realmente no se haya podido analizar con exactitud la reputación de algún alojamiento con respecto al resto de alojamientos de la propia estación en la que se encuentra situado.

Desde mi punto de vista, incrementaría la información ofrecida por los hoteles en sus páginas web, así como haría más fácil su uso y, claramente, aumentaría la aparición en páginas de reputación online, que a la vez que facilita la adquisición de información acerca de qué piensan sus clientes, puede servir de ayuda en la promoción del alojamiento.

CAPÍTULO 5 CONCLUSIÓN

Finalizado el estudio realizado, se puede decir que los objetivos marcados han sido prácticamente realizados.

Se ha descrito tanto el turismo de nieve como el turismo de esquí, ambos relacionados entre sí. A su vez se han estudiado las estaciones españolas, su situación y los recursos que ofrecen a sus visitantes, cuáles son los recursos principales con los que cuenta cada una de las estaciones, así como los kilómetros esquiables que poseen cada una de ellas. También se ha definido el concepto de reputación online, que es el título de este trabajo y por lo que se realiza este estudio, así como la importancia que tiene en la actualidad en el sector turístico.

Finalmente se ha realizado una muestra, de los alojamientos turísticos de las estaciones de esquí alpino que se encuentran en España y gracias a la Metodología Caro 2016 se ha podido medir la reputación de estos alojamientos, con el uso de cuatro herramientas y sus variables.

Las conclusiones más importantes a las que se han llegado mediante este trabajo han sido varias. Principalmente podemos decir que España se encuentra, respecto al número de visitantes, por delante de Andorra y Eslovenia. Las zonas españolas que más visitantes reciben son, en primer lugar, el Pirineo, seguido del Sistema Penibético.

Dicho esto, las estaciones que poseen una mayor oferta hotelera son Baqueira Beret y Sierra Nevada, mientras que existe un pequeño número de estaciones que no poseen alojamientos turísticos en su interior, sino que aprovechan la oferta hotelera de sus proximidades.

Con respecto a la reputación online, en la realización de la muestra como del resultado de ella me he encontrado con una serie de problemas. Estos han sido básicamente la falta de información por parte de las estaciones de los alojamientos con los que cuentan y también, en el apartado de la reputación de esta oferta hotelera, la falta de presencia de muchos alojamientos en las páginas web utilizadas como herramientas. Una vez asimilados los problemas se ha llegado a diferentes conclusiones respecto al apartado de la reputación online. Las estaciones con el mayor número de alojamientos son las estaciones de Baqueira Beret y Sierra Nevada.

Del total de alojamientos de las estaciones de esquí alpino españolas, la estación que se encuentra entre las primeras posiciones, tanto en Booking.com como en TripAdvisor es la estación de La Molina, situada en el Pirineo Catalán. Mientras tanto, otras de las estaciones que tienen la media de las puntuaciones de sus alojamientos más altas son la estación de Formigal-Panticosa y Candanchú. A su vez, tanto Candanchú como La Molina, fueron dos de las primeras estaciones de esquí de nuestro país.

Otra de las conclusiones a las que hemos llegado con este estudio, es que de las cuatro herramientas utilizadas para medir la reputación (TripAdvisor, Booking.com, Google Plus y Facebook), Facebook y Google Plus son las que menos se utilizan en este sector, ya que no se han encontrado perfiles de muchos de los alojamientos en estas páginas. Esto ha hecho que no se haya podido realizar una comparación de la reputación del total de los alojamientos en estas páginas, debido a la falta de puntuaciones e información.

En un futuro, me gustaría continuar estudiando este tema y ahondar en datos más claros e importantes. Esto sería posible mediante la adquisición de más conocimientos acerca de reputación online, un mejor uso de herramientas y una mayor formación. Además se podría realizar la tabla de Metodología Caro 2016 ampliada, con el número de habitaciones, plazas y con la fecha de inauguración de los alojamientos turísticos para realizar así una mayor comparación entre ellos. Pudiendo ver si obtienen mayores puntuaciones los que llevan un mayor tiempo emplazados en la estación o si es indiferente, observar si los que tienen un mayor número de plazas son más visitados, y algunas cuestiones más.

CAPÍTULO 6 BIBLIOGRAFÍA

- 1er Congreso Mundial de turismo de nieve y deportes de invierno [Recurso electrónico]: Intervenciones : Andorra, 16-18 de abril de 1998. (1999). *1er Congreso Mundial de turismo de nieve y deportes de invierno [Recurso electrónico]: Intervenciones : Andorra, 16-18 de abril de 1998*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Belanche Gracia, D., Casaló Ariño, L. V., & Guinaliú Blasco, M. (2013). Comunicación comercial y boca-oído electrónico en sitios web corporativos: un análisis desde la perspectiva del marketing de relaciones. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 31-41.
- El turismo de nieve español*. (2005). Obtenido de Universidad de Huelva: <http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos2/Turismo%20de%20nieve.pdf>
- Entrepreneur*. (9 de Marzo de 2012). Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/265028>
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computer in Human Behavior*, 47-55.
- Gedestic*. (s.f.). Obtenido de <http://www.gedestic.es/sin-categoria/herramientas-para-medir-tu-reputacion-online/>
- Global Report On Adventure Tourism. (2014). *World Tourism Organization UNTWO*.
- Guía Oficial de Estaciones de Esquí de España 2016*. (Enero de 2016). Obtenido de ATUDEM: https://issuu.com/mpdsl/docs/atudem2016_online
- Hosteltur*. (16 de Febrero de 2016). Obtenido de http://www.hosteltur.com/115066_invierno-calido-pone-apuros-estaciones-esqui.html
- Jiménez Martín, P. J. (2011). *Deporte y turismo : fundamentos de gestión y organización*. Madrid: Síntesis.
- Josang, A., Ismail, R., & Boyd, C. (2007). A survey of trust and reputation systems for online service provision. *Decision Support Systems*, 618-644.
- Ladhari, R., & Michaud, M. (2015). eWOM effects on hotel booking intentions, attitudes, trust, and website perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 36-45.
- Martos Fernández, P. (2002). *El sistema turístico - deportivo de las estaciones de esquí y montaña españolas*. Granada: Universidad de Granada.

- Matute Vallejo, J., Polo Redondo, Y., & Utrillas Acerete, A. (2015). Las características del boca-oído electrónico y su influencia en la intención de recompra online. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 61-75.
- Noblejas, D. (11 de Julio de 2013). *Increnta*. Obtenido de <http://increnta.com/es/blog/monitorizar-la-reputacion-online/>
- Puro Marketing. (2011). Obtenido de <http://www.puromarketing.com/42/9484/herramientas-profesionales-medicion-reputacion-online-deberias-conocer.html>
- Reglamento Interno. (23 de Octubre de 2015). Obtenido de ATUDEM: <http://www.atudem.es/20151028/Reglamento-interno.aspx>
- Socialblabla. (8 de Abril de 2014). Obtenido de <http://www.socialblabla.com/6-herramientas-para-monitorizar-tu-reputacion-online.html>
- Sparks, B. A., & Browning, V. (2011). The impact of online reviews on hotel booking intentions and perception of trust. *Tourism Management*, 1310-1323.
- Tsao, W.-C., Hsieh, M.-T., Shih, L.-W., & Lin, T. M. (2015). Compliance with eWOM: The influence of hotel reviews on booking intention from the perspective of consumer conformity. *International Journal of Hospitality Management* 46, 99-111.
- Vermeulen, I. E., & Seegers, D. (2009). Tried and tested: The impact of online hotel reviews on consumer consideration. *Tourism Management*, 123-127.
- Wikipedia. (s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>
- Yen, C.-L. (., & Tang, C.-H. (. (2015). Hotel attribute performance, eWOM motivations, and media choice. *International Journal of Hospitality Management*, 79-88.